

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

НАУКА И ТУРИЗМ: СТРАТЕГИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Выпуск 2

Сборник статей



Барнаул

Издательство
Алтайского государственного
университета
2013

УДК 379.85(08)
Н 34

Ответственный редактор:

А.Г. Редькин, кандидат географических наук, доцент,
заведующий кафедрой рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга
Алтайского государственного университета

Ответственный за выпуск:

М.Н. Игнатенко, преподаватель кафедры рекреационной географии, туризма
и регионального маркетинга Алтайского государственного университета

Редакционная коллегия:

А.Ю. Александрова, доктор географических наук, профессор;
Т.Н. Ананьева, доктор социологических наук, профессор;
В.Е. Арефьев, кандидат географических наук, доцент;
Н.Н. Гировка, кандидат географических наук, доцент;
Ф.Е. Елфимов, генеральный директор санатория «Россия» (г. Белокуриха);
Д.Д. Есимова, кандидат биологических наук, доцент (Казахстан);
А.И. Зырянов, доктор географических наук, профессор;
А.Х. Каранашев, доктор экономических наук, профессор;
К.Ю. Кирюшин, кандидат исторических наук, доцент;
В.С. Корневеец, доктор географических наук, профессор;
Лхазвасурен, доктор (Ph.D), профессор (Монголия);
О.Б. Маздаев, доктор географических наук, профессор (Казахстан);
И.Н. Ротанова, кандидат географических наук, доцент;
Энхжаргал, кандидат филологических наук, профессор (Монголия);

Н 34 **Наука и туризм: стратегии взаимодействия [Текст] : сборник статей. Вып. 2. –**
Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2013. – 185 с.

ISBN 978-5-7904-1570-8

Рассматриваются вопросы развития современного единого евразийского образовательного пространства, международного сотрудничества в области профессиональной подготовки специалистов для сферы сервиса и туризма, приграничного и трансграничного сотрудничества в туризме, региональная проблематика туристских исследований.

УДК 379.85(08)

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

ISBN 978-5-7904-1570-8

© Оформление. Издательство Алтайского
государственного университета, 2013

ПРЕДИСЛОВИЕ

Выход этого сборника связан с проведением в июле 2013 года заседания президиума учебно-методического объединения учреждений Российской Федерации в области сервиса и туризма на базе Алтайского (г. Барнаул, Россия) и Ховдского (г. Ховд, Монголия) государственных университетов, посвященного вопросам современного состояния и проблемам туризма и сервиса.

Организаторы мероприятия: Российский государственный университет туризма и сервиса в лице учебно-методического объединения учреждений Российской Федерации в области сервиса и туризма; Алтайский государственный университет; Ховдский государственный университет (г. Ховд, Монголия), Ассоциация азиатских университетов.

В работе заседания президиума совета УМО по образованию в области сервиса и туризма приняли участие представители ведущих образовательных учреждений семи Федеральных округов России и трех регионов Монголии, включая Улан-Батор. В ходе пленарного заседания, состоявшегося в Алтайском государственном университете, с приветственным словом к собравшимся обратились организаторы мероприятия, а также были заслушаны пленарные доклады в соответствии с программой заседания.

Следующим этапом мероприятия стало выездное заседание УМО на базе Ховдского государственного университета, прошедшее в период с 3 по 8 июля 2013 года. Во время выездного заседания российскими участниками были проведены открытые лекции, мастер-классы и круглые столы совместно с монгольскими коллегами, состоялось также знакомство участников заседания с туристско-рекреационными ресурсами Ховдского аймака.

В резолюции, принятой по итогам заседания, нашли отражение вопросы международного сотрудничества в области профессиональной подготовки специалистов для сферы сервиса и туризма, приграничного и трансграничного сотрудничества в туризме, региональная проблематика туристских исследований. Именно в таком ключе структурно построен сборник.

Редакционная коллегия благодарит всех, кто принял участие в написании и подготовке сборника и выражает надежду, что он станет полезным для специалистов, студентов, обучающихся по профильным направлениям подготовки, всех, кого интересуют вопросы развития современного туризма.

А.Г. Редькин



*Приветственное слово
председателя совета УМО по образованию
в области сервиса и туризма,
доктора исторических наук, профессора
Федулина Александра Алексеевича*

Рад приветствовать участников заседания президиума учебно-методического объединения учреждений РФ в области туризма и сервиса, которое проходит на базе Ховдского государственного университета (г. Ховд, Монголия). Это заседание для нас весьма значимо: оно является первым шагом на пути к международному сотрудничеству с Монголией.

Уже почти на протяжении 25 лет УМО в области туризма и сервиса, осуществляет комплекс мероприятий по повышению качества подготовки кадров для туристской индустрии и сферы услуг.

В составе учебно-методического объединения в области туризма и сервиса на добровольных началах в качестве членов входят более 400 образовательных организаций, реализующих образовательные программы по направлениям подготовки и специальностям в области сервиса и туризма, представители работодателей и другие лица, заинтересованные в совершенствовании подготовки кадров для сферы обслуживания.

В работе учебно-методического объединения учебных заведений РФ в области туризма и сервиса активно принимают участие иностранные представители образовательных организаций и работодателей Франции, США, Вьетнама, Южной Кореи, Армении и ряда других стран, опыт которых эффективно используется при разработке федерального государственного образовательного стандарта и профессиональных образовательных программ подготовки кадров для сферы туризма и сервиса.

Сегодня к компетенции учебно-методического объединения по образованию в области сервиса и туризма приказом Минобрнауки России отнесены направления подготовки и специальности высшего, среднего и профессии начального профессионального образования:

- ✓ в системе высшего образования направления подготовки бакалавров и магистров: Туризм, Сервис, Гостиничное дело;
- ✓ специальности среднего профессионального образования: Гостиничный сервис, Организация обслуживания в общественном питании, Сервис по химической обработке изделий, Парикмахерское искусство, Техника и искусство фотографии, Сервис на транспорте (по видам транспорта), Прикладная эстетика, Стилистика и искусство визажа, Сервис домашнего и коммунального хозяйства, Ритуальный сервис, Туризм;
- ✓ 10 профессий начального профессионального образования.

За период деятельности УМО проделана большая работа. Разработаны с участием представителей работодателей и введены в действие в системе высшего и среднего профессионального образования:

- ✓ образовательные стандарты в трех поколениях (1995 год, 2000 год, 2009–2010 гг.);
- ✓ примерные образовательные программы, примерные программы учебных дисциплин федерального компонента и базовой части ФГОС;
- ✓ сформирован перечень профилей подготовки.

Совместно с работодателями и общественными организациями, с представителями федеральных учреждений и региональных администраций УМО по образованию в области сервиса и туризма проводит плановые заседания совета УМО и его президиума, научно-методических комиссий, совещания, конференции, семинары, олимпиады и конкурсы по проблемам образования в области сервиса и туризма.

С 2006 года УМО на базе ФГБОУ ВПО «РГУТиС» по заданию Минобрнауки России является оператором по организации и проведению Всероссийских студенческих олимпиад для поддержки талантливой молодежи в системе высшего образования. В связи, с этим, хотел бы пригласить монгольских студентов принять участие в студенческих олимпиадах, а также надеюсь на наше плодотворное совместное сотрудничество и в организации академической мобильности между студентами, магистрами, аспирантами, профессорско-преподавательским составом и администрацией наших университетов.

Надеюсь, что и сегодняшнее заседание на базе Ховдского государственного университета внесет свой неоценимый вклад в дело подготовки кадров для сферы туризма и сервиса.

Желаю всем участникам заседания учебно-методического объединения учреждений РФ в области туризма и сервиса здоровья, успешной реализации намеченных планов и дальнейших профессиональных успехов!



*Приветственное слово ректора
Алтайского государственного университета
доктора юридических наук, профессора
Землюкова Сергея Валентиновича*

С удовольствием приветствую в стенах Алтайского государственного университета участников заседания президиума учебно-методического объединения учреждений Российской Федерации в области сервиса и туризма, посвященного вопросам развития приграничного и трансграничного сотрудничества.

Образование является одним из важнейших конкурентных преимуществ России, поэтому развитие экспорта образовательных услуг является для России стратегической задачей. Особая роль в решении этой задачи отводится тем университетам, которые осуществляют образовательную и научную деятельность в приграничном пространстве, в частности – Алтайскому государственному университету.

Алтайский государственный университет является крупным образовательным, научным и культурным центром, лидером высшего образования в Алтайском крае и Сибирском федеральном округе. По данным национального рейтинга вузов университет входит в список 100 лучших российских вузов и 15 лучших классических университетов России, в список 100 лучших вузов стран СНГ, Грузии, Латвии, Литвы и Эстонии, является базовым вузом Университетов ШОС.

В последние годы отчетливо проявляется тенденция усиления позиций Алтайского университета как центра международного образования, научных исследований и межкультурного взаимодействия. Университет имеет свыше 100 соглашений с 70 зарубежными вузами, большей частью – из стран Азии (Индия, Казахстан, Китай, Киргизия, Монголия, Таджикистан, Южная Корея, Япония и др.). В 2013 г. число иностранных студентов, обучающихся в университете, превысило 350 человек. Количество зарубежных преподавателей, научных сотрудников и стажеров, приезжавших в 2012–2013 гг. в университет, превысило 450 человек. Все это свидетельствует о повышении престижа университета, его международном признании, стремлении иностранных граждан обучаться и работать в Алтайском государственном университете.

Главная стратегическая цель университета на период до 2020 г. – его становление в качестве российского центра образовательного, научного и культурного сотрудничества в Евразийском союзе и Большой Центральной Азии. С целью формирования единого азиатского образовательного пространства, интернационализации образования, содействия академической мобильности и расширению культурных связей между вузами ази-

атского региона, повышения качества высшего образования и эффективности научных исследований Алтайским государственным университетом была учреждена Ассоциация азиатских университетов. Учредительный съезд Ассоциации состоялся 22 мая 2013 года на базе Алтайского государственного университета.

Участниками учредительного съезда Ассоциации стали руководители и представители 30 вузов из 8 стран мира. Среди почетных гостей съезда присутствовали губернаторы Ховдского и Баян-Ульгийского аймаков Монголии, официальная делегация Синьцзян-Уйгурского автономного района Китая, делегация университета им. Мартина Лютера (Германия), руководители и представители органов федеральной и региональной власти. Штаб-квартира и дирекция Ассоциации в ближайшие два года будет располагаться в Алтайском государственном университете.

Создание Ассоциации поддержали Министерство иностранных дел, Министерство образования и науки, Федеральное агентство «Россотрудничество», Администрация Алтайского края, другие государственные и общественные организации, а также международное образовательное сообщество – ректоры 35 ведущих вузов России, Армении, Казахстана, Китая, Киргизии, Монголии, Таджикистана, Таиланда.

Проведение заседания президиума учебно-методического объединения учреждений Российской Федерации в области туризма и сервиса в Алтайском государственном университете (Россия), с организацией выездного заседания на базе Ховдского государственного университета (Монголия), является одним из важных мероприятий в рамках деятельности Ассоциации. Желаю всем его участникам плодотворной работы.



*Приветственное слово ректора
Ховдского государственного университета
доктора (Ph.D),
профессора Жутмаан Янжмаа*

«Уважаемые гости и участники заседания!»

Прежде всего, позвольте выразить нашим дорогим гостям благодарность от имени Учёного совета, Ректората, всего коллектива Ховдского госуниверситета и от себя лично за инициативу проведения очередного заседания президиума учебно-методического объединения учреждений Российской Федерации в области туризма и сервиса в нашем университете (в рамках выездного заседания).

Ховдский государственный университет имеет серьезные контакты с научно-исследовательскими, культурно-образовательными организациями многих стран – Китая, Кореи, Японии, Франции, Америки, Швейцарии, Турции и других.

Проводятся научные семинары, лекции, экспедиции, стажировки и курсы повышения квалификации студентов и преподавателей, ведется обмен студентами и выпускаются совместные научные издания.

В эти дни, например, в нашем университете проводятся несколько международных научно-образовательных мероприятий. Прибыли руководители, ученые и исследователи 3-х крупных университетов Кореи: Политехнического университета Халлим, Университета Данкук, Университета Ённам для подписания договора о научно-образовательного сотрудничестве и участия в научной конференции.

Наш университет сотрудничает со многими научными организациями России, в том числе с университетами Алтайского края по разным направлениям: по организации совместных научных конференций, реализации совместных научно-исследовательских проектов, публикации совместных научных работ и т.д.

Всё это способствует развитию Ховдского государственного университета.

Проведение заседания президиума учебно-методического объединения учреждений РФ в области туризма и сервиса также является важным шагом в расширении международного сотрудничества нашего университета. Данное заседание является особым, поскольку оно впервые проводится в одном из уникальных мест Монголии – в Ховдском аймаке.

Наш аймак обладает множеством социально-исторических и культурных достопримечательностей и разнообразными природными условиями, которые создают уникальные культурные ландшафты. Природные, социально-культурные и исторические ресурсы благоприятны и интересны для развития познавательного, лечебно-оздоровительного, экологического, научного и других видов туризма. Поэтому проведение заседания совета УМО и участие в нем ведущих ученых в области сервиса и туризма из различных университетов России является важным не только для развития нашего университета, но и развития туризма в Ховдском аймаке и всей Западной Монголии.

Выражаю благодарность организаторам и всем участникам заседания и желаю успехов в работе.

ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СЕРВИСА И ТУРИЗМА

УДК 378.14

ИНТЕРАКТИВНЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ В ТУРИСТСКОМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

Н.Н. Алпеева

В статье рассматриваются особенности применения интерактивных методов обучения, принципы и критерии отбора учебного материала при использовании данной методики. Дается определение адаптивной образовательной среды и специфики взаимодействия между студентом и преподавателем, необходимых для реализации интерактивного обучения в туристском профессиональном образовании.

Ключевые слова: интерактивное обучение, методы интерактивного обучения, взаимодействие между студентом и преподавателем, адаптивная образовательная среда

Трудно переоценить значение традиционных форм организации учебного процесса в вузе, однако, современные реалии таковы, что пассивное «поглощение» обучающимися материала зачастую не приводит к ожидаемым результатам. Требование развития нестандартного мышления, определенных общекультурных и профессиональных компетенций у студентов специальности «Туризм» вызывает необходимость применения в процессе их обучения интерактивных методов.

Интерактивное обучение – это сложный процесс взаимодействия преподавателя и студента, основанный на диалоге. Технологию интерактивного обучения можно применять как в сложившихся коллективах, так и в только что сформировавшихся. В последнем случае применение данной методики способствует налаживанию контакта как в самой группе, так и с преподавателем.

В процессе интерактивного обучения между студентом и преподавателем возникает особое взаимодействие, которое характеризуется пребыванием в едином смысловом пространстве, включением в единое творческое пространство через совместное погружение в проблемное поле решаемой задачи, согласованность в выборе средств и методов решения, переживание близких эмоций в процессе решения задач [Щербакова, 2012, С. 435].

Интерактивное обучение предполагает максимальную активизацию студентов на занятиях, в том числе и на лекционных. Постоянное вовлечение слушателей в обсуждение заявленной проблемы позволяет не только поддерживать их внимание, но и способствует большему запоминанию пройденного материала, а также развитию у них необходимых компетенций (таких как, например, ОК-3 – способность понимать и анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы, использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности (см. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 100400 «Туризм»)). Поощрение «вопросов из зала», совместное обсуждение практических примеров, «вбрасывание» в аудиторию спорных, неоднозначных тезисов и «каверзных» вопросов помогает наладить необходимый процесс диалога.

При этом важно помнить, что «слишком научный» стиль изложения лекционного материала может явиться определенной преградой для обучающихся, тем более, как отмечает исследователь А.М. Сохор, «в представлении учащихся трудное и неинтересное объяснения обычно отождествляются: неинтересное считается трудным и наоборот» [Сохор, 1988, С. 39].

Наиболее полно использовать методы интерактивного обучения можно при проведении семинарских занятий. Основная задача – превратить студента из пассивного слушателя (или вяло отвечающего) в активного субъекта взаимодействия. Хорошо известны формы групповой работы – «мозговой штурм», «дебаты», ролевые игры и т.д. Важное требование – вовлечение в процесс максимального количества студентов, присутствующих на занятии. Наиболее удобная форма – разделение на малые группы для выполнения конкретного задания с последующим представлением полученных результатов. Интересно давать группам задания одинаковые (например, продумать специфику работы туристической фирмы, особенности прокладывания туристического маршрута в конкретном регионе и др.). В этом случае при презентации наиболее ярко видно шаблонность мышления студентов или, напротив, творческий подход к решению задач.

При этом не следует забывать о технологии выступлений перед аудиторией. К сожалению, несмотря на публичность выбранной профессии, студенты даже старших курсов зачастую чувствуют себя крайне неловко, выступая перед сокурсниками. Ответы «с места» даже для интерактивного обучения – не самый правильный способ организации учебного пространства. Групповое обсуждение наиболее плодотворно, конечно же, в кругу, однако, презентация требует выхода «на сцену» (выражение «к доске» напоминает студентам отбывание школьной повинности, что малопродуктивно). Подобная практика к тому же помогает выработке конкретных практических навыков и необходимых компетенций (таких как, например, ОК-4 – умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь; ПК-11 – способность к эффективному общению с потребителями туристского продукта).

Новые формы обучения предъявляют особые требования к принципам и критериям отбора учебного материала [Загвязинский, 2001, С. 55–56]:

1. Принцип соответствия содержания образования уровню современной науки, производства и основным требованиям демократического общества.
2. Принцип учета единства содержательной и процессуальной сторон обучения – представленность всех видов человеческой деятельности в их взаимосвязи во всех предметах учебного плана.
3. Принцип структурного единства содержания образования на разных уровнях его формирования с учетом личностного развития и становления учащегося, предполагающий взаимную уравновешенность, пропорциональность и гармоничность компонентов образования.
4. Принцип отражения в содержании образования всех ведущих элементов мировой и отечественной культуры, содержащих потенциал личностного развития обучаемых.

Из указанных принципов следуют критерии отбора содержания:

1. Критерий целостного отражения основных компонентов социального опыта, перспектив его развития, задач всестороннего развития личности.
2. Критерий выделения главного в содержании образования, высокой значимости изучаемого – отбор наиболее универсальных элементов.
3. Критерий соответствия возрастным возможностям учащихся.
4. Критерий соответствия времени, выделенному на изучение.
5. Критерий учета отечественного и международного опыта формирования содержания учебных программ.
6. Критерий соответствия содержания учебно-материальному и методическому оснащению образовательного учреждения с учетом реальных перспектив его развития.

При этом существуют положения, которыми педагоги должны руководствоваться как нормами профессиональной нравственности [Мкртчян, 2009, С. 239]:

1. Каждый здоровый человек может освоить любой учебный материал.
2. Учащиеся отличаются не своими возможностями усвоить материал, а индивидуальными способами и средствами освоения этого материала.
3. Интерес студента к изучаемому определяется не содержанием материала, а успешностью его действий в процессе освоения этого материала.

На успешность образовательного процесса, на использование тех или иных методик обучения, в том числе, интерактивных, во многом влияет сложившаяся образовательная среда. По мнению В.И. Слободчикова, образовательная среда не есть нечто однозначное и наперед заданное. Среда начинается там, где происходит встреча образующего и образуемого, где между отдельными субъектами образования, образовательными деятельностями начинают выстраиваться определенные связи и отношения [Цит. по: Русских, 2003, С. 15].

Исследователь Г.А. Русских выделяет адаптивную образовательную среду студента, которая формируется там, где в определенной системе выстраиваются позитивные, комфортные отношения педагога и учащегося, максимально реализуется ресурсный потенциал образовательной среды [Русских, 2003, С. 15].

Для создания на занятиях среды, максимально способствующей взаимодействию преподавателя и студентов, следует соблюдать несколько принципов [Ведерникова, 2003, С. 47–48.]:

1. Принцип открытости и автономии – диалог возможен только при открытом выражении своего мнения о происходящем. Студент, открытый к мнению других, должен иметь право сохранить свое мнение, и это непереносимое условие формирования отношения личности к себе как субъекту процесса профессионального роста.

2. Принцип убеждения при сохранении альтернативы – «убедить» – значит найти общий смысл, не маскируя объективно существующих противоречий, которые всегда будут оставаться источником альтернативы.

3. Принцип доверия и сомнения – взаимоотношения со студентом должны выстраиваться на основе полного доверия к нему, в то время как его высказывания могут подвергаться сомнению. Сомнение – условие познания, а доверие к познающему – условие его свободного движения к поиску собственных истин.

4. Принцип субъект-субъектной позиции – в процессе педагогической деятельности следует преодолевать «объектную» позицию студента («меня должны научить»), включая его в процесс постановки целей деятельного их воплощения и ответственной рефлексии сделанного. Тем более что «современная дидактика рассматривает процесс обучения как двухсторонний: преподавание как деятельность учителя и учение как деятельность учеников» [Олешков, 2011, С. 5].

При интерактивном обучении немаловажно и создание наиболее комфортных условий и атмосферы работы, при которых обсуждение недостатков и промахов (что является необходимой частью любого процесса обучения) не будет вызывать у учащихся болезненных эмоций. Очень важно суметь объяснить студентам, что «разбор полетов» делается не для того, чтобы публично наказать их за ошибки, а для наиболее полного рассмотрения обозначенной проблемы. При этом важно, чтобы на недостатки указывал не только и не столько преподаватель, сколько сами студенты. Педагогу остается лишь следить, чтобы высказанные замечания были в форме конструктивной критики, стимулирующей к совместному решению проблемы. По сути дела преподаватель должен стремиться выполнять функции модератора, корректируя и направляя познавательную деятельность студентов, выстраивая структуру занятия.

Как подчеркивает Д.М. Шакирова, «чтобы научить обучаемых эффективно разрешать возникающие проблемы, необходимо формировать целый ряд специфических умений и навыков; генерировать идеи, критически их оценивать; беспристрастно анализировать проблему; задавать конкретные вопросы; отделять главное от второстепенного; выбирать критерии оценки; выдвигать

и проверять гипотезы; анализировать фактические данные; разграничивать желаемое и действительное, личное и общественное; оценивать предположения; видеть несоответствия в мышлении и высказываниях» [Шакирова, 1996, С. 53]. При этом требовательность в единстве с уважением к учащимся составляет одну из принципиальных основ педагогики [Сохор, 1988, С. 46].

Важный этап для учебного эффекта – обратная связь. Получение заключительной оценки занятия от самих учащихся способствует не только осознанию ими собственной значимости в проведении пары, но и дает педагогу неоченимую подсказку для дальнейшей направленности процесса обучения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Ведерникова, Л.В. Формирование ценностных установок студента на творческую самореализацию [Текст] / Л.В. Ведерникова // Педагогика. – 2003. – №8. – С. 47–53.

Загвязинский, В.И. Теория обучения: Современная интерпретация [Текст] / В.И. Загвязинский. – М. : Издательский центр «Академия», 2001. – 192 с.

Мкртчян, М.А. Проблемы профессионального педагогического образования [Текст] / М.А. Мкртчян // Образование и социализация личности в современном обществе : материалы VI Международной научной конференции. Красноярск, 5–8 июня 2009 г. : в 2 т. Т. 1 / отв. ред. М.И. Шилова. – Красноярск : Краснояр. гос. пед. ун-т им. В.П. Астафьева, 2009. – 380 с.

Олешков, М.Ю. Современные образовательные технологии: учебное пособие [Текст] / М.Ю. Олешков. – Нижний Тагил : НТГСПА, 2011. – 144 с.

Русских, Г.А. Образовательная программа педагога – средство подготовки учителя к педагогическому проектированию [Текст] / Г.А. Русских // Методист. – 2003. – №6. – С. 15–22.

Сохор, А.М. Объяснение в процессе обучения: элементы дидактической концепции [Текст] / А.М. Сохор. – М. : Педагогика, 1988. – 128 с.

Шакирова, Д.М. Технология обучения основам предпринимательства [Текст] / Д.М. Шакирова // Педагогика. – 1996. – №3. – С. 49–53.

Щербакова, Е.В. Технологические аспекты организации самостоятельной работы студентов современного педагогического вуза [Текст] / Е.В. Щербакова // Молодой ученый. – 2012. – №3. – С. 434–436.

УДК 378:338.46

НАПРАВЛЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ

Т.Н. Ананьева, Г.И. Илюхина

В статье рассматриваются основные направления модернизации в системе высшего образования России, направленные на повышение эффективности и качества подготовки выпускников в условиях перехода к эффективному контракту, введение в высшем образовании прикладного и академического бакалавриата, приводится структура и содержание ФГОС ВО уровня бакалавриата

Ключевые слова: высшее образование, направления модернизации, федеральный государственный образовательный стандарт, ФГОС ВО, академический бакалавр, прикладной бакалавр, образовательная программа, компетенции, требования к реализации и освоению программ бакалавриата

Современное образование находится в центре государственных реформ, направленных на интенсивное развитие экономики страны на основе научно-технического потенциала, состояние которого определяет наличие высокопрофессиональных кадров. Необходимым условием для формирования инновационной экономики является модернизация системы образования, являю-

щейся основой динамичного экономического роста и социального развития общества, фактором благополучия граждан и безопасности страны. В основу развития системы образования должны быть положены такие принципы проектной деятельности, реализованные в приоритетном национальном проекте «Образование», как открытость образования к внешним запросам, применение проектных методов, конкурсное выявление и поддержка лидеров, успешно реализующих новые подходы на практике, адресность инструментов ресурсной поддержки и комплексный характер принимаемых решений.

Обновление организационно-экономических механизмов на всех уровнях системы образования обеспечит ее соответствие перспективным тенденциям экономического развития и общественным потребностям, повысит практическую ориентацию отрасли, ее инвестиционную привлекательность.

Конкуренция различных систем образования стала ключевым элементом глобальной конкуренции, требующей постоянного обновления технологий, ускоренного освоения инноваций, быстрой адаптации к запросам и требованиям динамично меняющегося мира. Одновременно возможность получения качественного образования продолжает оставаться одной из наиболее важных жизненных ценностей граждан, решающим фактором социальной справедливости и политической стабильности.

Состояние и перспективы социально-экономического развития России устанавливают конкретные требования к подготовке трудовых ресурсов, отвечающих тенденциям инновационных процессов и технологий. Указом Президента Российской Федерации о долгосрочной государственной экономической политике [Указ Президента Российской Федерации «О долгосрочной государственной экономической политике» от 7 мая 2012 г. №596] определены основные цели достижения к 2020 году технологического лидерства российской экономики, создание и модернизацию 25 млн высокопроизводительных рабочих мест, что предопределило следующие задачи:

- формирование новой экономики – экономики знаний и высоких технологий, которые в дальнейшем станут одним из ведущих секторов национальной экономики, конкурентоспособной на мировом уровне;
- технологическая модернизация экономики на основе тенденций научно-технического и социально-экономического развития;
- повышение производительности труда в ведущих экономических и научно-технических секторах, определяющих национальную конкурентоспособность;
- превращение инноваций в образовании в ведущий фактор экономического роста во всех секторах экономики и народно-хозяйственного комплекса страны;
- создание современной системы образования, адекватной мировым аналогам;
- обновление содержания и технологий образования, обеспечивающих компетентностный подход, взаимосвязь академических знаний и практических умений специалистов;
- введение программ уровневого образования на основе целенаправленной подготовки выпускников для наиболее интенсивно развивающихся видов экономической деятельности, в том числе основных профессиональных образовательных программ академического и прикладного бакалавриата;
- развитие вариативности образовательных программ, позволяющих гибко реагировать на потребности реального сектора экономики и видов экономической деятельности и др.

В связи с введением Федерального закона РФ «Об образовании в Российской Федерации» [Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 №273-ФЗ]. Правительством РФ утвержден план мероприятий и изменений в отраслях социальной сферы («Дорожная карта») [Распоряжение Правительства Российской Федерации от 30.12.2012 №2620-р], регламентирующий повышение эффективности и качества услуг в сфере образования, основные направления которого рассмотрены в таблице 1.

Таблица 1

Основные направления совершенствования в системе высшего образования России

№ пп	Основные направления	Основные мероприятия по совершенствованию в системе высшего образования
1.	Совершенствование структуры и сети государственных образовательных организаций высшего образования	Мониторинг эффективности образовательных организаций
		Реорганизация государственных образовательных организаций высшего образования
		Модернизация системы лицензирования и аккредитации образовательных программ в системе высшего образования
2.	Реализация программ стратегического развития образовательных организаций высшего образования	Развитие федеральных университетов
		Развитие национальных исследовательских университетов
		Повышение конкурентоспособности ведущих университетов среди ведущих мировых научно-образовательных центров
		Привлечение работодателей к разработке и реализации образовательных программ, оценке качества их освоения
3.	Развитие кадрового потенциала высшего образования	Информационное и мониторинговое сопровождение качества предоставляемых государственных (муниципальных) услуг и эффективности взаимодействия
4.	Совершенствование структуры образовательных программ высшего образования	Введение прикладного бакалавриата в высшем образовании
		Пилотная апробация программ прикладного бакалавриата
		Обеспечение высокого качества программ магистратуры
		Создание новой модели аспирантуры на базе эффективности научно-исследовательских работ
		Инклюзивное образование инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
5.	Оценка качества в сфере высшего образования	Создание системы оценки качества подготовки обучающихся и выпускников
		Переход на новые принципы распределения контрольных цифр приема за счет средств федерального бюджета
		Введение нормативного подушевого финансирования образовательных организаций высшего образования

В связи с этим, в настоящее время, как стороны государства, так и образовательных организаций проводится большая работа по обеспечению реализации мер опережающего формирования государственного кадрового резерва высококвалифицированных специалистов, готовых к трудовой деятельности. В этих условиях выпускники образовательных организаций рассматриваются как основные трудовые ресурсы для интенсивного социально-экономического развития страны. Наибольшее значение приобретают квалификация выпускника и уровень образования, профессиональные качества и компетенции выпускника, которые он осваивает в процессе обучения. В системе высшего образования России реализуются основные профессиональные образовательные программы (далее – программа), по итогам освоения которых, присваивается квалификация:

- «академический бакалавр»;
- «прикладной бакалавр»;
- «специалист»;
- «магистр».

Объем программы вне зависимости от формы обучения и применяемых образовательных технологий (реализации программы несколькими образовательными организациями, или с использованием сетевой формы, или обучения по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренного обучения) составляет:

- для программ бакалавриата 240 зачетных единиц (з.е.);
- для программ специалитета 360 зачетных единиц (з.е.);
- для программ магистратуры 120 зачетных единиц (з.е.).

Такая система уровней профессиональных образовательных программ позволяет обосновать, раскрыть и сформировать понятия и процессы в системе высшего образования, такие как:

- многоуровневость образовательных программ и образовательных учреждений;
- интеграция образовательных программ в системе уровня профессионального образования;
- компетентный подход к подготовке специалистов в условиях уровня профессионального образования;
- преемственность и маневренность образовательных программ;
- гибкость организационных форм и технологий обучения;
- подготовка профессиональных специалистов для видов экономической деятельности;
- переподготовка профессиональных кадров;
- целенаправленное, в том числе опережающее обучение;
- обеспечение потребностей экономики компетентными специалистами и др.

Представленная таким образом система уровней основных профессиональных образовательных программ высшего образования направлена на обеспечение реализации федерального государственного образовательного стандарта, удовлетворение образовательных потребностей и запросов обучающихся в профессиональной сфере. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования (ФГОС ВО) представляет собой совокупность требований, обязательных при реализации профессиональных образовательных программ. Структура и содержание ФГОС ВО сформированы таким образом [Техническое задание Минобрнауки России на обновление редакции ФГОС бакалавриата], что реализация и освоение программ бакалавриата обеспечивает следующие параметры в системе уровня высшего образования:

- единство образовательного пространства Российской Федерации;
- преемственность основных профессиональных образовательных программ;
- качество освоения основных профессиональных образовательных программ;
- участие представителей работодателей в формировании и реализации профессиональных образовательных программ, оценке качества подготовки выпускников.

В соответствии с Дорожной картой, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации [Распоряжение Правительства Российской Федерации от 30.12.2012 №2620-р «Об утверждении плана мероприятий («Дорожная карта»)], и письмами Департамента государственной политики в сфере высшего образования Минобрнауки России о реализации образовательных программ прикладного бакалавриата в 2013/2014 учебном году [Письмо Департамента государственной политики в сфере высшего образования Минобрнауки России от 03.06.2013] и о новой редакции ФГОС ВО [Письмо Департамента государственной политики в сфере высшего образования Минобрнауки России от 06.06.2013], в настоящее время представителями академической общественности проводится активная работа по модернизации федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования уровня бакалавриата, уровня магистратуры, уровня специалитета. В этой системе основополагающим фактором является подготовка бакалавров в силу того, что с 2013 года в системе высшего образования вводится квалификация выпускника «прикладной бакалавр». В 2018 году удельный вес численности обучающихся по программам прикладного бакалавриата в общей численности обучающихся

по программам высшего образования, должен составить 30% [Распоряжение Правительства Российской Федерации от 30.12.2012 №2620-р «Об утверждении плана мероприятий («Дорожная карта»)].

Актуальность основных профессиональных образовательных программ бакалавриата состоит в том, что они варьируются в соответствии с характеристиками и видами профессиональной деятельности выпускников по двум различным квалификациям:

- «академический бакалавр» (далее – программы с присвоением квалификации «академический бакалавр»);
- «прикладной бакалавр» (далее – программы с присвоением квалификации «прикладной бакалавр»).

Требования к результатам освоения программ академического и прикладного бакалавриата, к их структуре приводятся определены Техническим заданием Минобрнауки России на обновление редакции ФГОС в силу Федерального закона №273-ФЗ. Основные характеристики ФГОС ВО уровня бакалавриата (квалификация «академический бакалавр» и квалификация «прикладной бакалавр») рассматриваются на примере ФГОС ВО по направлению подготовки «Сервис» в таблицах 2, 3, 4, 5.

Таблица 2

Основные характеристики ФГОС ВО по направлению подготовки «Сервис»

№ пп	Основные характеристики ФГОС ВО по направлению подготовки «Сервис» независимо от применяемых образовательных технологий,
1	Высшее образование по программам бакалавриата (в том числе инклюзивное образование инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья) может быть получено только в образовательных организациях.
2	Обучение по программам бакалавриата в образовательных организациях осуществляется в очной, очно-заочной или заочной формах.
3	Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц.
4	Срок получения образования по программе бакалавриата для очной формы обучения, включая каникулы после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 4 года. Объем программы бакалавриата при очной форме обучения, реализуемый за один учебный год, составляет 60 з.е.
5	При реализации программ бакалавриата могут применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, может применяться сетевая форма.
6	При обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии должны предусматривать возможность приема-передачи информации в доступных для них формах
7	Область профессиональной деятельности выпускников включает: процессы сервиса, обеспечивающие предоставление услуг потребителю в системе согласованных условий и клиентурных отношений.

Таблица 3

**Основные характеристики
профессиональной деятельности выпускников по направлению подготовки «Сервис»
с присвоением квалификации «академический бакалавр»**

№ пп	Основные характеристики профессиональной деятельности выпускников с присвоением квалификации «академический бакалавр»
1	Объекты профессиональной деятельности выпускников программы бакалавриата с присвоением квалификации «академический бакалавр»: потребители (индивидуальные или корпоративные клиенты), их потребности; процессы сервиса; методы диагностики, моделирования и разработки материальных и нематериальных объектов сервиса; материальные и нематериальные системы процессов сервиса, информационные системы и технологии.
2	Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники программ бакалавриата с присвоением квалификации «академический бакалавр»: организационно-управленческая; научно-исследовательская.

Таблица 4

**Основные характеристики
профессиональной деятельности выпускников по направлению подготовки «Сервис»
с присвоением квалификации «прикладной бакалавр»**

№ пп	Основные характеристики профессиональной деятельности выпускников с присвоением квалификации «прикладной бакалавр»
1	Объекты профессиональной деятельности выпускников программы бакалавриата с присвоением квалификации «прикладной бакалавр»: процессы предоставления услуг в соответствии с потребностями потребителей и формирования клиентурных отношений; запросы потребителей (потребности клиентов – потребителей услуг); технологии формирования, продвижения и реализации услуг в соответствии с потребностями потребителей; средства труда: оргтехника, правовые, нормативные и учетные документы; информационные системы и технологии; первичные трудовые коллективы.
2	Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники программ бакалавриата с присвоением квалификации «прикладной бакалавр»: производственно-технологическая; сервисная.

Программа бакалавриата состоит из следующих блоков:

Блок I «Дисциплины (модули)», который включает дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы и дисциплины (модули), относящиеся к ее вариативной части.

Блок II «Практики», который в полном объеме относится к базовой части программы

Блок III «Государственная итоговая аттестация», который в полном объеме относится к базовой части программы.

Структура программы бакалавриата (таблица 5) включает обязательную часть (базовую) и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную), что обеспечивает возможность реализации программ бакалавриата, имеющих различную направленность (профиль) образования в рамках одного направления подготовки.

Таблица 5

Структура программы академического и прикладного бакалавриата

Структура программы бакалавриата Программа бакалавриата с присвоением квалификации «академический бакалавр»		Объем программы бакалавриата в зачетных единицах	
		Программа бакалавриата с присвоением квалификации «прикладной бакалавр»	
Блок 1	Дисциплины (модули)	213–216	198–204
	Базовая часть	90–111	78–102
	Вариативная часть		
Блок 2	Практики	15–18	30–33
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	6–9	6–9
Объем программы бакалавриата		240	

Общими требованиями к программам бакалавриата, установленными ФГОС ВО, можно выделить следующие.

Дисциплины (модули) и практики, относящиеся к базовой части программы бакалавриата, являются обязательными для освоения обучающимся независимо от профиля программы, которую он осваивает. Набор дисциплин (модулей) и практик, относящихся к базовой части программы бакалавриата, образовательная организация определяет самостоятельно в объеме, установленном данным ФГОС ВО, с учетом соответствующей (соответствующих) примерной (примерных) основной (основных) образовательной (образовательных) программы (программ).

В рамках базовой части Блока 1 программы бакалавриата должны быть реализованы следующие дисциплины (модули): «Философия», «История», «Иностранный язык», «Безопасность жизнедеятельности». Объем, содержание и порядок реализации указанных дисциплин (модулей) определяются образовательной организацией самостоятельно.

В рамках базовой части Блока 1 программы бакалавриата должна быть реализована дисциплина (модуль) «Физическая культура» («Физическая подготовка»). Для очной формы обучения объем указанной дисциплины (модуля) должен составлять не менее 400 академических часов, из которых не менее 360 академических часов должны составлять практические занятия для обеспечения физической подготовленности обучающихся, в том числе профессионально-прикладного характера и выполнения ими нормативов, предусмотренных Всероссийским физкультурно-спортивным комплексом.

Порядок освоения указанной дисциплины (модуля) при реализации программ бакалавриата с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (по очной форме обучения) устанавливается образовательной организацией самостоятельно. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья образовательная организация устанавливает особый порядок освоения указанной дисциплины (модуля).

В **Блок 2 «Практики»** входят учебная и производственная (в том числе преддипломная) практики.

Особенность программ прикладного бакалавриата состоит в том, что в период практик по усмотрению образовательной организации могут быть предусмотрены условия для приобретения обучающимся рабочих профессий (квалификаций) и (или) должностей.

В **Блок 3 «Государственная итоговая аттестация»** входит защита выпускной квалификационной работы (ВКР), включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты. Образовательная организация имеет право включить в блок 3 подготовку и сдачу государственного экзамена.

ФГОС ВО также содержит разделы:

- требования к условиям реализации программ бакалавриата;
- требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению;
- требования к финансовым условиям реализации программ бакалавриата;
- оценка качества освоения программ бакалавриата.

Рассмотренные таким образом изменения в сфере высшего образования, направлены на повышение эффективности и качества подготовки выпускников в условиях перехода к эффективному контракту, введение в высшем образовании прикладного и академического бакалавриата, что позволит повысить конкурентоспособность выпускников российских образовательных организаций на международном рынке образования. Особенность программ прикладного бакалавриата состоит в увеличении трудоемкости практической подготовки. Кроме того, при реализации программ прикладного бакалавриата должны быть созданы условия для приобретения обучающимся в период практик рабочих профессий и (или) квалификаций, что обеспечит востребованность выпускников на рынке труда.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Указ Президента Российской Федерации «О долгосрочной государственной экономической политике» от 7 мая 2012 г. №596.

Распоряжение Правительства Российской Федерации от 30.12.2012 №2620-р «Об утверждении плана мероприятий («Дорожная карта») «Изменения в отраслях социальной сферы, направленные на повышение эффективности образования и науки».

Письмо Департамента государственной политики в сфере высшего образования Минобрнауки России от 03.06.2013 «05-650 «О реализации образовательных программ прикладного бакалавриата в 2013/2014 учебном году».

Письмо Департамента государственной политики в сфере высшего образования Минобрнауки России от 06.06.2013 «05-694 «О новой редакции ФГОС ВПО».

Распоряжение Правительства Российской Федерации от 30.12.2012 №2620-р «Об утверждении плана мероприятий («Дорожная карта») «Изменения в отраслях социальной сферы, направленные на повышение эффективности образования и науки».

Техническое задание Минобрнауки России «На обновление редакции ФГОС бакалавриата в связи с вступлением в силу Федерального закона №273-ФЗ».

УДК 379.4

МУЗЕЙНО-ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ ТУРИСТСКОГО ВУЗА

С.Н. Веткина, Г.А. Гуляев

Рассмотрены подходы к овладению студентами концепцией гостеприимства. В качестве одного из действенных методов повышения компетенций студентов туристского ВУЗа выделяется творческая деятельность студентов по сбору, описанию и презентации музейных экспонатов. Представлено описание опыта вовлечения студентов специальности Туризм московского Института гостиничного бизнеса и туризма (ИГБиТ) Российского университета дружбы народов в создание уникального учреждения – Музея туризма.

Ключевые слова: музейно-выставочная деятельность, концепция гостеприимства, мотивация к обучению, компетентностный подход.

Тенденцией современного туристского бизнеса является постепенная замена сотрудников сервисных предприятий на специалистов повышенной квалификации. Концепция гостеприимства, направленная на создание незабываемых впечатлений от поездки, требует высокой степени вовлеченности сотрудников предприятий в предоставляемую услугу. А это приводит, в свою очередь, к необходимости формирования у будущих специалистов навыков работы в условиях постоянного поиска, генерации новых идей, одержимости своей деятельностью, эмоционального интеллекта.

К сожалению, реалии современного российского туристского бизнеса крайне редко (за исключением наиболее профессионально управляемых, клиентоориентированных гостиничных цепей) предоставляют возможность будущим специалистам, студентам туристских ВУЗов во время учебных практик познакомиться с этой крайне сложной, требующей инновационных подходов методикой ведения бизнеса. При этом наблюдается разрыв между теоретическими концепциями, основанными на передовых идеях преимущественно западного образца (сервис по-королевски, восторг заразителен, клиенты на всю жизнь, сотрудники на всю жизнь, война за таланты, мотивация в стиле экшн), и практической деятельностью отечественных туристских компаний. Вызвано это тем обстоятельством, что зарубежные клиенты уже довольно длительное время пользуются высококлассным сервисом, к которому российские потребители услуг готовы отнюдь не всегда, а следовательно, отечественный бизнес пока еще не почувствовал давления со стороны клиентов. Это приводит к тому, что предприятия туристской индустрии руководствуются принципом – продавать что угодно кому угодно. Еще одна специфика бизнеса гостеприимства заключается в том, что он интернационален по сути. То, что представлялось эксклюзивным сервисом нашим соотечественникам, после того, как они получили доступ к подобным услугам за рубежом, приводит к повышению требований на внутреннем рынке. И понятно, что названное давление имеет тенденцию к чрезвычайно быстрому росту.

Возникает сложная педагогическая проблема подготовки кадров к еще несформировавшимся тенденциям, хотя очевидно, что устаревший способ ведения бизнеса доживает последние дни.

Позитивная роль в подготовке к практической деятельности будущих специалистов, которую играют учебные практики на передовых предприятиях, может быть воспринята лишь теми студентами, которым посчастливилось устроиться в подобные компании. К сожалению, процент их даже в условиях мегаполисов пока невелик.

Для решения подобной проблемы актуальной представляется идея участия студентов в музейно-выставочной и экскурсионной работе, которую полезно ввести как обязательный компонент учебного процесса, чтобы все учащиеся были охвачены подобной деятельностью.

Источником вдохновляющих идей может стать туризм как уникальное общественное явление, феномен новейшего времени, в настоящее время играющий важнейшую роль в экономиках многих стран мира, принося ощутимый доход (в некоторых странах – основную долю дохода) и служа идеям гуманизма и прогресса.

В этом аспекте чрезвычайно полезным может оказаться пока еще первый опыт вовлечения студентов специальности Туризм Института гостиничного бизнеса и туризма (ИГБиТ) Российского университета дружбы народов (Москва) в создание уникального учреждения – Музея туризма. Началом такой деятельности явилась работа над проектом, включающим сбор, описание и презентацию музейных экспонатов студентами, выполняемая ими в рамках учебной дисциплины Основы индустрии туризма в качестве групповой исследовательской работы.

При этом основной акцент делается не только на традиционных формах музейной работы (формирование коллекций, подбор и анализ информации и т.п.), но и на создании такой экспозиции, которая в дальнейшем вовлекала бы экскурсантов в процесс коммуникации, интерактивное освоение нового. А это, в свою очередь, требует от студентов отказа от обращения к стереотипам, групповых коммуникаций, генерации инновационных идей. Этот проект предоставляет уникальную возможность повышения компетенции студентов путем привлечения их к творческому процессу создания музея с момента его основания.

Известно, что в настоящее время подобных музеев крайне мало. И находятся они преимущественно в относительно небольших городах. Музей туризма действует в Опатии (Хорватия), в Чехии подобный музей открылся относительно недавно в городе Бехине. В России существует один музей туризма (причем, только – спортивного) – в г. Уфа (Башкирия). Тот факт, что студентам предстоит стать у истоков нового для Москвы музея, который по самой своей сути не может не быть уникальным событием, является сильным мотивирующим фактором.

Каждая студенческая группа, состоящая из четырех-пяти человек, получает задание представить и описать экспонат, который носит мемориальные черты, связан с уникальной индивидуальной историей и в то же время отвечает известному афоризму, принадлежащему знаменитому русскому географу, путешественнику Н.М. Пржевальскому: «...а еще жизнь хороша тем, что можно путешествовать». Приобщение учащихся к подробностям и деталям, имеющим яркие индивидуальные черты (а только такие артефакты и принимаются в виде экспонатов) влияет на эмоциональное восприятие изучаемого материала, формирует активное к нему отношение. Это предметы, принадлежавшие членам семей, преподавателям и знакомым студентов, с которыми связаны значимые воспоминания, отражаемые учащимися в их творческих работах. Особое значение имеет также факт подготовки групп к презентации и защите своих проектов. Одно из дополнительных требований – сама процедура защиты проекта также должна носить творческий характер и проводиться как событийное мероприятие (ивент деятельности). Чаще всего защиты проводятся во время общеинститутских форумов, празднования Дня туризма и т.п.

Параллельно осуществляется коллективная работа студентов совместно с преподавателями института по созданию концепции нового музея. Она проводится в форме поиска инновационных идей: методами мозгового штурма, синектики, фокальных объектов и т.п. Новый музей должен стать отражением современных прогрессивных тенденций, связанных с расширением возможностей общения на всех уровнях с использованием новейших достижений в области развития средств коммуникации.

В дальнейшем студенты также смогут практиковаться в проведении экскурсий по экспозиции музея и организации событийных мероприятий в его стенах. Со временем подобное учреждение должно стать своеобразным конгрессным центром, в стенах которого будут проходить яркие события (форумы, выставки, конгрессы, кинопоказы, фестивали), связанные с туризмом.

Очевидным представляется соображение, что подобный вид творческой деятельности должен принести недостающий порой компонент вовлеченности, эмоционального накала, в образовательный процесс и послужит формированию новых компетенций у студентов туристских специальностей.

УДК 378.14

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Н.Н. Егорова

В статье рассмотрены основные тенденции развития сферы услуг, показано влияние процессов, протекающих в сфере услуг, на подготовку кадров

Ключевые слова: кадры, сфера услуг, туристская индустрия, Кузбасс

Современные тенденции развития сферы услуг, в частности такого сектора экономики, как туризм, в России обуславливают необходимость профессиональной подготовки работников в области туризма не только через систему высшего профессионального образования, специального, но с использованием концептуального подхода в системе дополнительного обучения. Проблема нехватки профессионально подготовленных специалистов для сферы туризма приобретает первостепенное значение не только на макроуровне, но и во многих регионах, в том числе и в Кемеровской области.

Новые экономические отношения повлияли на процессы, протекающие в сфере туристских услуг, усложнили проблему подготовки кадров, потребовали переосмысления устоявшихся понятий, организационных форм и характера деятельности предприятий туризма.

В ситуации, когда туризм все более принимает рыночные формы функционирования, на рынке труда требуются профессионалы, владеющие специфическими технологиями и программными продуктами, знающие основы продвижения туристских услуг, коммуникативно-психологические особенности общения с клиентами, обладающие навыками и умениями туристской специфики.

Кроме того, подготовка туристских кадров должна способствовать росту конкурентоспособности регионального туристского бизнеса, развитию структур предпринимательства, которые обеспечат не только рентабельность туристской отрасли в регионе, но и высокое качество предоставляемых услуг.

Туристская индустрия в Кузбассе, регионе, имеющем высокий туристский потенциал, хорошо развитую туристскую инфраструктуру, сформированные социально-экономические условия обладает высокими темпами своего развития. Об этом свидетельствует, наблюдающийся в последние годы, рост туристской активности в регионе, не только горнолыжного, но и других видов туризма. Следовательно, с каждым годом региональному сектору туристской индустрии необходимо все больше специалистов, способных обеспечить его дальнейшее масштабное развитие.

Все это подтверждает то, что в современных условиях инновационной экономики, при возрастающих потребностях туристов в качественных услугах, возникает необходимость нового профессионального подхода в подготовке кадров для сферы туризма, в том числе и на региональном уровне.

Необходимо отметить, что в современных условиях развития регионального рынка туризма существует «узкое» место между образованием, образовательными технологиями в туризме и реальной практикой организации туризма, которое характерно в практике применения различных видов туризма, распространённых на рынке Кузбасса (выездного и внутреннего, въездного).

Для минимизации разрыва между теоретическими, концептуальными наработками, научными исследованиями и реальной практикой организации и использования технологий туризма, управления в туризме необходимо создать систему дополнительного образования, ориентированную на практику, сориентированную на организацию центров дополнительного образования. Магистральной линией деятельности таких ресурсных центров должна стать система дополни-

тельного образования. При этом, важно подчеркнуть, что научно-исследовательская и информационно-коммуникативная деятельность должна проводиться на базе ВПО.

Реализацию системы дополнительного образования целесообразно осуществлять через ресурсные учебные центры в виде программ, продолжительностью не более 120 часов. Кроме того, рационально использование модульной системы, а также составление отдельных программ для таких профессий, как гиды-переводчики, экскурсоводы, проводники.

Сочетание теории и практики, применение в ходе обучения интерактивных форм, мастер-классов, тренинговых занятий должно улучшить качество образования специалистов туристской сферы. Содержание в программах обучения нужных компетенций для получения знаний и навыков, в первую очередь, связанных с технологиями туризма и специализированных для сферы услуг, а затем общепрофессиональных, позволит подготовить высокопрофессионального специалиста для туристской индустрии.

В туристской сфере Кузбасса, на сегодняшний день, преобладающее большинство работников имеют высшее непрофильное образование, что подтверждается маркетинговым исследованием, в котором принимали участие представители турбизнеса. Это объясняется тем, что рынок формировался несколько хаотично из тех специалистов, которые многие годы работали в туристской сфере без специального образования. Опыт работников, безусловно, играет значительную роль в рациональном ведении турбизнеса. Однако необходимо отметить, что в нынешних условиях одной из характерных черт современной концепции компетентности работника является повышение его профессиональных специализированных качеств.

Однако, необходимо подчеркнуть, что роль специальности, полученной в ходе обучения, также значительна, при этом, преимущество специального образования заключается в том, что сотрудники, имеющие профильное образование быстрее вовлекаются в рабочий процесс, процесс их адаптации менее затратен. Специальность и образование работника играет первостепенную роль еще и потому, что он уже является специалистом, и свои полученные (теоретические знания) будет применять на практике более эффективно.

В связи с этим, развитие системы специального дополнительного образования положительным образом будет способствовать динамичному росту туристической отрасли, как в региональном, так и в национальном и международном масштабах. Это возможно при использовании системы переподготовки кадров, с целью роста профессионального уровня работников туристического бизнеса.

Условно разделив специалистов туристской сферы на две группы: работники и руководители отметим, что руководители в турбизнесе должны обладать следующими основными квалификациями: знание методики организации внутрифирменного распорядка; обладание техниками анализа эффективности работы; знание нормативно-правовой базы в туризме; знание теории межличностного общения; особенностей продвижения турпродукта на внутреннем и внешнем рынке; знание особенностей оформления туристской документации и методик создания системы мотивации и дисциплинарной ответственности персонала. Основными квалификациями для сотрудников же являются, такие как: особенности организации туров; техники составления и калькуляции турпакета; терминологии принятой в туристской индустрии; особенности оформления туристской документации; знание иностранного языка; теории и методики продаж.

В связи с этим, становится актуальным получение «специального» образования, которое в современных динамичных условиях оптимально за счет дополнительного обучения (краткосрочные курсы 72–120 часов) на базе ВПО. Проведение такой специальной переподготовки будет способствовать повышению качества специалиста, уже работающего в сфере туризма. Особое внимание при составлении учебных программ следует обратить на дисциплины специализации, а также на дисциплины по маркетингу, основам финансового и производственного менеджмента; основам статистического анализа в туризме, иностранному языку для сотрудников, особенно в сфере гостиничного бизнеса.

Составление обучающих программ должно сочетать в себе два способа подачи материала: лекционную и практико-ориентированную (30% и 70% соответственно). При этом особенно важным является использование мастер-классов, тренингов, различных интерактивных форм обучения с упором на практическую составляющую в учебном процессе. Таким образом, именно дополнительная система переподготовки кадров в виде учебных ресурсных центров на базе ВПО способна решить проблему, стоящую перед работодателями сферы туризма в повышении квалификации своих сотрудников.

Выше обозначенные, наиболее необходимые знания и навыки работников туристской сферы, на наш взгляд, в некоторой степени, отражают существующие недостатки в туристском образовании. В этой категории, наиболее общими пробелами, касающимися квалификационных требований к дисциплинам образовательного стандарта, которые необходимо устранить являются: отсутствие знаний теории межличностного общения, иностранного языка, знаний терминологии принятой в туристской индустрии, нормативно-правовой базы в туризме, особенностей оформления туристской документации, особенностей организации туров, теории и методики продаж. Поэтому важно усилить практикоориентированность в освоении дисциплин, содержащих указанные компетенции.

Кроме того, с другой стороны, необходимо учитывать основные требования для управленческого звена туристской организации, включая в обязательном порядке знание теории менеджмента и основ стратегического и оперативного планирования, техник анализа эффективности работы, методик организации внутрифирменного распорядка. Такой подход в концепции подготовки специалиста туристской сферы позволит интегрировать учебные компетенции в практику и, соответственно, ускорить темпы инновационного развития туристской отрасли, прежде всего, в масштабах региона.

Существующая разница в отношении квалификационных требований к стандартам в подсекторах туристской индустрии, позволяет указать на тот факт, что подсектор гостиниц и специализированных средств размещения отдает предпочтение знанию иностранных языков и деловым навыкам ведения бизнеса.

В подсекторе туризма предприниматели отдают предпочтение человеческому фактору, а именно, навыкам межличностного общения и также знаниям, специализированным для разработки и продвижения турпродукта и технологиям туризма.

Таким образом, дополнительное обучение трудовых ресурсов в туристской индустрии должно стать основой устранения качественных пробелов в образовании, существующих сегодня у работников туристской сферы.

Конкурентная индустрия влечет за собой развитие каналов сотрудничества между органами власти, туристским сектором (как самостоятельной единицы) и учреждениями образования. Решение такой задачи возможно при диалоговом режиме взаимодействия представителей турбизнеса, органов власти, образовательных учреждений. Такой подход может существенным образом оказать влияние, как на качественную составляющую образовательных стандартов, так и в целом, на развитие туристской отрасли в регионе, а также содействовать качеству и эффективности туристского образования и подготовке специалистов для данной сферы. Кроме того, интересным представляется составление специальной карты туристских профессий, которая бы отражала потребность в последних туристского рынка региона.

Навыки и приобретенные знания специалистов должны соответствовать должностям туристского предприятия, работодателями подчеркивается необходимость получения практических навыков при обучении, сочетая теорию и практику. Поэтому, при создании системы дополнительного образования, составлении учебных планов необходимо, на наш взгляд, учитывать требования всех участников туристского рынка, которые направлены на выполнение определенных производительных функций в туризме.

Таким образом, создание системы дополнительного обучения через ресурсные центры на базе ВПО для работников сферы туризма должно стать перспективным направлением всей системы обучения специалистов туристской индустрии. Система дополнительного образования, в конечном итоге, приведет к совершенствованию уровня умений, знаний и навыков специалистов сферы туризма и сделает бизнес туризма более конкурентноспособным. Преимущество системы дополнительного образования заключается в предотвращении неквалифицированной деятельности работников туристской сферы и улучшении качества и профессионализма обслуживания туристов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Асанова И.М. Экономика и управление в сфере услуг // Проблемы современной экономики. – №1(37). – 2011.

Чернышева А.П. Создание образовательного центра: цели и задачи проекта // Маркетинг услуг, 2010, №4(24). – С. 312–323.

УДК 379. 851 (574.25)

МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТУРИСТСКО-КРАЕВЕДЧЕСКОЙ РАБОТЫ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ ПАВЛОДАРСКОГО РЕГИОНА: ШКОЛА-КОЛЛЕДЖ-ВУЗ

Г.К. Касенова

Материалы научных исследований являются базой для организации, планирования туристско-краеведческой работы в системе образовательных учреждений Павлодарского региона. Если организовать туристско-краеведческую деятельность в образовательных учреждениях, то результаты этой работы благотворно отразятся на формировании основ здорового образа жизни обучающихся, посредством воспитания в них патриотизма и гражданской ответственности через туризм и краеведение.

Ключевые слова: туристско-краеведческая деятельность, рекреационные объекты Павлодарской области, методика организации туристско-краеведческой деятельности.

Начало третьего тысячелетия вошло в историю как период интенсивного развития и качественных преобразований в сфере высшего образования, связанных с модернизацией содержания образования, оптимизацией способов и технологий организации образовательного процесса и, конечно, переосмысление цели и результата образования.

Одним из актуальных вопросов государственной политики является воспитание детей и молодежи в духе патриотизма и здорового образа жизни. Воспитание средствами туризма призвано закладывать у школьников основы физического и духовного здоровья, на базе которого возможно разностороннее развитие личности. Решение этой проблемы связано с реализацией части вопросов, поставленных в Послании Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева Казахстан – 2030.

Туризм несет в себе огромный социально- культурный потенциал и является, прежде всего, важным элементом не только физической, но и экологической, нравственной, эстетической и других сфер культуры.

Туризм – самая массовая форма активного отдыха и оздоровление людей. Походы, путешествия, краеведческие исследования имеют большое значение в жизни человека. Участие в похо-

дах, путешествиях и экскурсиях расширяет кругозор, знакомит с хозяйственной деятельностью страны, воспитывает любовь к своей Родине, гордость за свой народ, прививает навыки самообслуживания, приучает к систематическому труду, воспитывает инициативу и выдержку. В походах рождается товарищеская поддержка и взаимопомощь, создается коллектив и воспитывается сознательная дисциплина.

Среди выпускников образовательных учреждений Павлодарской области с 2009–2013 гг. прослеживается тенденция выбора специальности: «бакалавр туризма». Это говорит о высоком общем интеллектуальном уровне развития как абитуриентов, так и студентов, гармоничном развитии будущего специалиста сферы туризма и гостеприимства, что необходимо для успешной профессиональной деятельности.

Желательно дать выпускнику относительно широкую подготовку и научить его пополнять, обновлять знания, умения и навыки по мере необходимости. Именно на такую подготовку нацелен бакалавриат. В мире динамизма и ненадежности, когда происходит трансформация традиционных форм в новую систему гибких, многообразных, полных риска форм занятости, от выпускников все чаще требуется не квалификация, а компетенция. Профессиональная компетентность специалиста по рекреации и туризму, определяемая как его готовность и способность принимать эффективные решения при осуществлении профессиональной деятельности на основе интегрированных знаний, умений и опыта, а также личностных качеств, позволит будущему специалисту эффективно проектировать и осуществлять профессиональную деятельность, обеспечит ему конкурентоспособность и уверенность в собственных силах.

Приобщение учащихся к туристско-краеведческой деятельности начинается с изучения родного края, с тех мест, где они родились и выросли. Поэтому изучение истории родного края, флоры и фауны Казахстана, воспитание бережного отношения к окружающей среде, встречи с интересными людьми – есть важное звено в деле воспитания учащихся.

Введение элементов краеведения в преподавание основ наук способствует их сознательному усвоению, повышению успеваемости учащихся, имеет большое воспитательное значение.

Туристско-краеведческая деятельность в Павлодарской области принимает все большее развитие в силу своей актуальности. Именно данное направление работы позволяет решить ряд учебных и воспитательных задач: формирование функциональной грамотности учащихся, развитие познавательного интереса, воспитание патриотизма. Туризм и краеведение позволяет через интеграцию ряда предметов (литературы, истории, географии) решить проблему реализации компетентностного подхода. Ведь именно туристско-краеведческая деятельность позволяет формировать информационную компетентность, самоменеджмент обучаемого.

Туристско-краеведческая деятельность в нашем регионе реализуется в соответствии с Программой развития туризма в Павлодарской области на 2012–2015 годы. Развитию туристско-краеведческой деятельности способствует наличие в Павлодарской области важнейших факторов развития туристской отрасли: природно-рекреационного и историко-культурного потенциала. В пределах живописного Баянаульского горного массива расположен Баянаульский государственный национальный природный парк, который создан в 1985 г. для сохранения и восстановления естественной флоры и фауны. На территории области находится здравница Казахстана – санаторий «Мойылды». В лечебных целях используются уникальные грязи озера Мойылды. А село Ямышево (Туз кала) вызывает интерес у историков и топонимиков не одного поколения: ведь именно через Ямышево в прошлые времена проходила северная ветвь Великого Шелкового пути. Позже здесь проводилась знаменитая ярмарка, на которой торговали бухарские, сибирские и русские купцы. В этом селе родился известный исследователь Сибири, Казахстан и Средней Азии, этнограф, друг Шокана Уалиханова Григорий Потанин. В самом городе Павлодаре много исторических, культурных и природных памятников. Среди них можно назвать уникальный палеонтологический памятник природы под название «Гусиный перелет». Он находится на правом берегу Иртыша, здесь найдены остатки гиппарионов-вымерших животных, близких к современной лошади, которые существовали в миоценеплиоцене.

Следы древней природы обнаружены в Железинском и Лебяжинском районах. Все это подтверждает наличие благодатного материала для развития туристско-краеведческой деятельности.

Приобщение учащихся к туристско-краеведческой деятельности начинается с изучения родного края, с тех мест, где они родились и выросли.

Детско-юношеский центр экологии и туризма г Павлодара является составной частью непрерывного экологического образования и воспитания учащихся, студентов образовательных учреждений города и области. В Центре созданы условия для формирования экологической культуры школьников, студентов, их позитивного отношения к окружающей среде и пропаганде здорового образа жизни, популяризации детско-юношеского туризма через систему дополнительного экологического образования и воспитания. Основными задачами деятельности Центра является увеличение охвата детско-юношеским экотуризмом и краеведением, пропаганда культуры, укрепления здоровья подрастающего поколения, воспитание у детей любви к природе, воспитание гражданственности и патриотизма, формирование практических умений у детей и подростков в природоохранной деятельности. Учебно-воспитательный процесс, основанный на потенциале свободного времени, проходит по трем направлениям: садоводство и декоративное плодоводство, цветоводство и ландшафтный дизайн и экологический туризм и краеведение, что позволяет учащимся выбрать вид обучения по своим склонностям, способностям и интересам.

Центр экологии и туризма работает в тесном контакте с образовательными учреждениями города, в которых для удобства учащихся созданы филиалы Центра. В целях формирования у подрастающего поколения казахстанского патриотизма, чувства гордости за достижения своей Родины, сопричастности к важнейшим историческим событиям своей страны, в Центре действуют программы: «Атамекен», «Моя Родина – Казахстан». Клубы и кружки краеведческого и экотуристского направления изучают природное и культурное наследие нашего края с целью его сохранения, проводят эколого-краеведческие практикумы, экскурсии к историческим и природным памятникам, собирают информацию и материалы для музея «Юный эколог». В течение года массовым и методическим отделами совместно с учащимися, студентами проводятся различные экологические и природоохранные мероприятия: конференции, выставки, соревнования, праздники, акции, турниры, десанты, многие из которых стали традиционными, их итоги подводятся в конце года на экофестивале «Живи, Земля!». Коллектив Центра принимает активное участие в различных конкурсах организаций дополнительного образования, пополняя копилку своих достижений.

Дисциплина «Основы туристско-краеведческой работы» в 2008 г. вошла в перечень элективных дисциплин по специальностям «Туризм», «География» Павлодарского государственного университета им. С. Торайгырова. За период 2008–2013 гг. в рамках проекта «Методическое обеспечение туристско-краеведческой работы в системе образования Павлодарского региона: школа-колледж-вуз» ст. преподавателем кафедры: Г.К. Касеновой разработан научный материал по теме исследования. Составлено календарно-тематическое планирование учебно-воспитательной работы туристско-краеведческого кружка «Исток». Разработаны методические рекомендации по проведению туристских соревнований. Изготовлен наглядный материал, демонстрирующий проведение туристских соревнований. Разработано электронное учебное пособие по дисциплине «Основы туристско-краеведческой работы».

Материалы научных исследований являются базой для организации, планирования туристско-краеведческой работы в системе образовательных учреждений Павлодарского региона. Если организовать туристско-краеведческую деятельность в образовательных учреждениях, то результаты этой работы благотворно отразятся на формировании основ здорового образа жизни обучающихся, посредством воспитания в них патриотизма и гражданственности через туризм и краеведение. Реализация данного проекта является важной составляющей в формировании туристского имиджа Павлодарской области.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Дуйсен Г.М. Основы формирования и развития индустрии туризма в Казахстане. – Алматы, 2002. – 92 с.

Закон Республики Казахстан «О туристской деятельности» от 13 июня 2001 г., №211 Ведомости Парламента РК, 2001. – №13–14. – С. 175.

Подготовка кадров сферы рекреации и туризма в условиях модернизации высшего профессионального образования, или компетентностный подход к подготовке специалистов сферы рекреации и туризма // Туризм: право и экономика. – №4, 2008. – С. 17–20.

Остапец А.А. На маршруте туристы-следопыты. – М. : Просвещение, 1987. – 127 с.

Бардин К.В. Азбука туризма. – М. : Просвещение, 1978. – 173 с.

УДК 378.01

**НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОВМЕСТНЫХ
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ**

О.Е. Комаров, Л.А. Аминова

Рассмотрены некоторые проблемы и перспективы развития международных образовательных программ. Внимание уделено проблеме признания зарубежных образовательных степеней (квалификаций) в трехуровневой системе высшего и послевузовского образования Республики Казахстан: бакалавриат, магистратура и докторантура Ph.D.

Ключевые слова: международные образовательные программы, совместные образовательные программы, мотивация создания совместных образовательных программ.

Туризм является межотраслевой сферой экономики, охватывающей не только средства размещения, транспорт, связь, индустрию питания, развлечений, но и сферу образования. В Республике Казахстан с каждым годом заметно растет число граждан, желающих получить высшее и послевузовское образование в рамках международных образовательных программ, в том числе и совместно с российскими вузами.

Международная образовательная программа – образовательная программа, включающая один или несколько международных компонентов:

- ориентирована на участие иностранных студентов/слушателей (при возможном участии российских студентов/слушателей);
- разработана и/или реализуется с участием зарубежного партнёра или по заказу зарубежного партнёра;
- разработана и/или реализуется с привлечением ресурсов зарубежных партнёров или международных проектов;
- включает международную академическую мобильность студентов и/или преподавателей;
- разработана с привлечением международного опыта, на основании международных стандартов, зарубежных образовательных технологий.

Создание вузами совместных образовательных программ – практика, насчитывающая уже более полутора десятилетий. От практики обмена студентами на непродолжительный (от месяца до трех) период вузы всё более массово переходят к практике совместных программ. И если до начала нового тысячелетия создание таких программ было инициативой вузов, то теперь – это уже направление политики в образовании, под которую создаются программы и выделяются финансовые средства. Следует отметить, что даже в США за последнее десятилетие мы

наблюдаем кардинальное изменение позиции в отношении образовательного сотрудничества; политика «опоры только на собственные силы» меняется в ведущих вузах (Гарвардском, Стэнфордском и др. университетах, Массачусетском технологическом институте) на идею диверсификации образования, которая возможна за счет включенного обучения студента, по крайней мере, в течение полугода в другом ведущем вузе на взаимной основе. Это – не признание собственной слабости. Дело в том, что современные темпы развития производства и возросший темп внедрения инновационных разработок, а также их разнообразие однозначно требуют от системы образования, *во-первых*, гораздо более высоких темпов включения новых идей и технологий в образование, *во-вторых*, диверсификации (разнообразия) образовательного процесса. Инновационность производства, необходимость включения инновационных разработок (различных, заметим, в разных странах) и необходимость диверсификации подготовки кадров и являются объективной основой создания совместных программ.

Мотивация создания совместных образовательных программ сходна в вузах мира и заключается в следующем.

- совместные программы являются признанным инструментом повышения конкурентоспособности вузов и, как следствие, национальных/региональных систем образования;
- в условиях усиления процессов глобализации и интеграции на международной арене во всех сферах общественной жизни развитие системы высшего образования также необходимо осуществлять в направлении обеспечения ее сопоставимости (в области применяемых механизмов, критериев и стандартов) с зарубежными системами высшего образования. Подобная сопоставимость создаст благоприятную базу для развития совместных образовательных программ, одним из положительных эффектов которых является обогащение существующих образовательных программ инновационными элементами зарубежных образовательных программ;
- посредством разработки совместных образовательных программ открывается возможность выхода на образовательные рынки других стран (в т.ч. и СНГ), популяризации и экспорта высшего образования за рубежом, а также создания единого европейского рынка труда, что является важным моментом для трудоустройства будущих выпускников и тем самым – для мотивации их выбора.

Среди ключевых проблем для создания и реализации совместных образовательных программ можно выделить следующие:

- вопросы качества подготовки;
- вопросы признания совместных дипломов и изменения национального законодательства;
- финансовые проблемы осуществления академической мобильности.

Признание международных межвузовских образовательных программ является, по мнению экспертов, ключевым элементом в дальнейшем сотрудничестве по разработке учебных программ и присуждению совместных ученых степеней. Так еще в 2004 г. были изучены несколько аспектов признания международных межвузовских программ.

- Признаются ли всеми вузами-участниками международной межвузовской программы все периоды обучения студента в вузах-партнерах?
- Признаются ли на национальном уровне ученые степени выпускников международных межвузовских программ?
- Признаются ли ученые степени выпускников международных межвузовских программ другими учреждениями стран-участниц?
- Признаются ли ученые степени выпускников международных межвузовских программ третьими странами?

В ответах на поставленные вопросы прослеживается ситуация, аналогичная той, которая существует и в России и в Казахстане: на уровне двусторонних договоренностей между универ-

ситетами периоды обучения признаются автоматически (или почти автоматически), на национальном уровне дипломы и степени признаются только при получении национальных дипломов, признание степеней в других странах связано с дополнительным согласованием и не всегда бывает успешным, третьими странами ученые степени признаются только в каждом конкретном случае – при получении дипломов конкретных университетов и стран.

В соответствии с принципами Болонской декларации в Казахстане в 2005–2010 годах была проведена трансформация традиционной на постсоветском пространстве аспирантуры и докторантуры в докторантуру Ph.D., тем самым установив трех уровня (три цикла) в системе высшего и послевузовского образования: бакалавриат, магистратура и докторантура Ph.D. Данная модернизация, в свою очередь породила множество проблем в высшей школе, в частности:

- прекращение в Казахстане с 31.12.2010 года защит кандидатских и докторских диссертаций по «традиционной» системе вынудило тысячи соискателей переориентироваться на защиту докторских и кандидатских диссертаций в России, Киргизии, Узбекистане и других странах СНГ;
- введение практики присуждения одной ученой степени – доктора философии (Ph.D.) привело к снижению уровня и качества диссертационных исследований соискателей, поскольку раньше для защиты диссертации требовалась ее обязательная научная новизна, практическая значимость, а также ее апробация и внедрение, а сейчас все сводится к 3 годам «обучения» и «хорошему» знанию иностранного языка, хотя в Казахстане доктора философии (Ph.D.) формально соответствуют уровню кандидата наук (имеют схожий научно-педагогический статус и получают доплату за ученую степень в размере 1 минимальной заработной платы).
- практика присуждения одной ученой степени доктора философии (Ph.D.) не позволяет докторам наук полноценно нострифицировать (официально признать) дипломы, полученные в России и других постсоветских странах, поскольку после нострификации в Казахстане зарубежной ученой степени доктора наук на степень доктора философии (Ph.D.), ее обладатели не получают соответствующего научно-педагогического статуса и доплат, положенных докторам наук (2 минимальные заработные платы).

Наряду с этим открытым остается вопрос о статусе дипломированных специалистов, закончивших вузы по советским и постсоветским программам. Их образовательный уровень фактически соответствует степени магистра, так как они обучались в вузах от 4 до 6 лет (в институтах и академиях – 4–5 лет и в университетах 5–6 лет) по 36 часов в неделю, в отличие от бакалавров, учившихся лишь 4 года по 15 часов в неделю. Однако в Казахстане, в отличие от соседней России, на практике их приравнивают к бакалаврам.

Авторы рекомендуют соотносить советские и постсоветские образовательные степени (квалификации) с современной трехуровневой системой высшего и послевузовского образования (бакалавриат, магистратура и докторантура Ph.D.) следующим образом:

- специалист (срок обучения 4–5 лет) = магистр по профилю (5 лет обучения – 4 года бакалавриат и 1–1,5 года профильная магистратура);
- специалист (срок обучения 5–6 лет) = магистр наук (6 лет обучения – 4 года бакалавриат и 2 года научно-педагогическая магистратура);
- кандидат наук (9 лет обучения – специалитет 5–6 лет и аспирантура 3–4 года) = доктор философии – Ph.D. (9 лет обучения – бакалавриат – 4 года, научно-педагогическая магистратура – 2 года и докторантура Ph.D. – 3 года);
- доктор наук соответствует хабилитированному доктору (второй, после Ph.D., докторской степени, принятой в Германии и ряде других стран).

Зарубежные академические звания (обладатели которых, как правило, имеют степень Ph.D. или ее аналог) рекомендуется соотносить с отечественными учеными званиями и академиче-

скими статусами (обладатели которых, как правило, имеют ученую степень доктора или кандидата наук) следующим образом:

- Assistant Professor – аналог нашего старшего преподавателя со степенью кандидата наук;
- Associate Professor – доцент по кафедре (со степенью кандидата наук) или доктор наук без ученого звания;
- Full Professor – профессор по кафедре или доцент (по кафедре или по специальности), занимающий какую-нибудь руководящую должность в вузе – ректора, проректора, декана, заведующего кафедрой или научной лабораторией, руководителя научного проекта и др.

В связи с юридическими трудностями в признании аналогичных совместных образовательных степеней (квалификаций) бакалавра, магистра и доктора Ph.D. в практике межвузовского сотрудничества стали более четко разграничивать вопросы самих совместных образовательных программ и присвоения дипломов по завершении этих программ.

В связи с этим в университетской практике наряду с присуждением совместного диплома, когда от лица стран-участниц программы выдается один диплом, широкое распространение получило и присуждение двух дипломов. При этом один из этих дипломов представляет собой документ о присвоении признаваемой всеми национальной степени (квалификации), а другой – иногда только сертификат, подписанный всеми участниками университетского партнерства, и поэтому не имеющий юридического признания на национальном уровне. Для устранения подобных проблем необходимы изменения в национальных законодательствах.

Самым сложным вопросом для распространения совместных образовательных программ или программ двойных дипломов является необходимость расширения базы их финансирования. Такие программы являются более затратными по сравнению с обычными программами (это обусловлено, в первую очередь, необходимостью финансирования международной мобильности и механизмов управления программами). Распространена практика, когда более высокие затраты покрываются самими участниками сети или даже студентами. Первый способ может снижать заинтересованность университетов в таких программах. Второй – приводит к усугублению неравенства среди студентов, которым такие программы будут доступны в различной степени.

Таким образом, совместные образовательные программы позволяют сделать вуз более привлекательным и престижным для людей стремящихся совместить свое образование с желанием посетить другую страну.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Артамова Ю.Д., Демчук А.Л., Караваева Е.В. Совместные образовательные программы вузов. – М., 2011.

http://www.nstar-spb.ru/articles/article_786.html

УДК 378.14

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ПРОБЛЕМ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

С.Г. Костюк

В статье рассматривается инновационная система высшего профессионального образования, приводится понятие инновационно-ориентированного профессионального образования.

Ключевые слова: образовательное пространство, инновационная экономика, ИСО, ИОПО

На рубеже третьего тысячелетия человечество вступило в эпоху бурных перемен, когда все сферы жизнедеятельности человека радикально меняются. В мире произошла научно-техническая и информационная революции, в значительной мере изменившие условия и характер социально-экономического развития общества. В ведущих странах мира складывается постиндустриальная «новая экономика», в которой главным производственным ресурсом выступают знания и человеческий капитал.

Основным условием экономического развития ведущих государств мира стал рост конкурентоспособности и обеспечение лидирующих позиций национальной промышленности на международных рынках. Сегодня глобальный характер предложения товаров и услуг сменяет основные инструменты завоевания рынков в плоскость динамичной технологической конкуренции на основе инноваций.

В «Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года» (распоряжение Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. №2227-р) отмечается, что в качестве важнейших проблем обеспечения конкурентоспособности национальной экономики страны, это быть конкурентоспособными во всем: человек должен быть конкурентоспособным, город, отрасль производства и вся страна.

На долю новых знаний, которые воплощены в технологиях, кадрах, организации производства в развитых странах приходится от 80 до 95% прироста валового внутреннего продукта. Знания, то есть уровень развития человеческого капитала, а не природные ресурсы становятся основным источником экономического развития и богатства нации.

Это подтверждает актуальность предпринятой нами попытки разработать Концепцию подготовки специалистов в системе ВПО для инновационной экономики. В её основу положено интегративное взаимодействие компонентов научного, образовательного, производственного и инновационного пространств, а так же регионального, федерального и международного уровней развития экономики с целью подготовки специалиста, горного инженера, обладающего компетентностью в сфере инноваций.

Разработка Концепции интегративно-компетентностной подготовки специалистов для инновационной экономики, включающей миссию, цель, задачи, принципы, ресурсы, показатели и индикаторы оценки эффективности развития системы профессионального образования, будет способствовать, на наш взгляд, решению задачи формирования и развития горных инженеров, необходимых для развития инновационного сектора угольной отрасли.

Необходимо согласиться с тем, что в настоящее время активно «реализуются меры по привлечению к исследовательской работе в российских вузах ученых с мировым именем, а также по поддержке кооперации вузов с предприятиями и дальнейшему развитию вузовской инновационной инфраструктуры.

Начата работа по формированию национальных исследовательских центров (первый такой центр создан на базе федерального государственного учреждения «Российский научный центр

«Курчатовский институт»). Развивается инфраструктура поддержки инновационной деятельности, включающая технико-внедренческие особые экономические зоны, предусматривающие значительные льготы инновационным компаниям, наукограды, технопарки, бизнес-инкубаторы, центры трансфера технологий и федеральные центры коллективного пользования научным оборудованием. Осуществляется на конкурсной основе поддержка создания и развития инновационных кластеров.

Однако, многие меры не дали прогнозируемых положительных результатов, появилась необходимость в иных акцентах развития экономики российского государства, что обусловлено, на наш взгляд, мировым кризисом в экономике.

Следует понимать, что необходимым условием для формирования инновационной экономики нашей страны является модернизация системы образования, её инновационный характер, являющаяся основой динамичного экономического роста и социального развития общества, фактором благополучия граждан и безопасности государства.

Одним из важных условий развития инновационной системы высшего профессионального образования, на наш взгляд, является вовлеченность студентов и преподавателей в фундаментальные и прикладные исследования, опытно-экспериментальную, исследовательскую деятельность, создание инновационно-ориентированного образовательного пространства вуза и среды. Это позволит не только сохранить известные в мире российские научные школы, но и вырастить новое поколение исследователей, ориентированных на потребности инновационной экономики.

Мы считаем, что экспериментальные и научные исследования должны стать важнейшим ресурсом и инструментом освоения студентами, будущими инженерами, компетентностей поиска, анализа, освоения и обновления информации и многих других. Формирование системы непрерывного образования по подготовке специалиста для инновационной экономики на основе внедрения национальной квалификационной рамки, системы сертификации квалификаций, модульных программ позволит максимально эффективно использовать человеческий потенциал и создать условия для самореализации граждан в течение всей жизни на основе формирования компетентности в сфере инноваций.

Активная государственная политика, направленная на формирование инновационной экономики, во многом способствует, как показывает практика, обеспечению инновационного характера базового образования, в том числе: обновлению структуры сети образовательных учреждений в соответствии с задачами инновационного развития, а именно, формированию федеральных университетов, национальных исследовательских университетов; обеспечению компетентностного подхода, взаимосвязи академических знаний и практических умений; увеличению объема средств, направляемых на финансирование научных исследований в вузах; развитию вариативности образовательных программ, в том числе создание системы прикладного бакалавриата; обновлению механизмов финансирования образовательных учреждений в соответствии с задачами инновационного развития и др.

В связи с этим в Концепции сформулированы: основные направления долгосрочного социально-экономического развития страны с учетом вызовов предстоящего периода; стратегия достижения поставленных целей, включая способы, направления и этапы; формы и механизмы стратегического партнерства государства, бизнеса и общества; цели, целевые индикаторы, приоритеты и основные задачи долгосрочной государственной политики в социальной сфере, в сфере науки и технологий, а также структурных преобразований в экономике; цели и приоритеты внешнеэкономической политики; параметры пространственного развития российской экономики, цели и задачи территориального развития. Экономика лидерства и инноваций позволит Российской экономике не только оставаться мировым лидером в энергетическом секторе, добыче и переработке сырья, но и создаст конкурентоспособную экономику знаний и высоких технологий.

Всё это подтверждает факт целесообразности и важности формирования инновационно-ориентированного образовательного пространства, необходимого для подготовки специалистов для инновационной экономики.

Формирование такого инновационно-ориентированного профессионального образования (ИОПО) является свидетельством реализации государственной политики в направлении создания инновационной экономики и общества, что, безусловно, подтверждает актуальность научно-образовательного поиска подготовки инновационно-ориентированных горных инженеров.

Инновационно-ориентированное профессиональное образование (ИОПО) подготовки специалистов для инновационной экономики (ПСИЭ) можно трактовать как *интегративную совокупность образовательных программ разного уровня, а также сети научных, образовательных, производственных, бизнес и инновационных структур и механизмов управления ими.*

Понятие ИОПО (ПСИЭ) носит *полисемантический* характер и может быть рассмотрено как:

- дидактическая и институциональная *система*, включающая целевой, содержательный, технологический, организационный и субъективный компоненты;
- *процесс* целенаправленного формирования комплекса компетенций в области разработки, распространения и внедрения технических, педагогических и организационных *инноваций* за счёт соответствующих способов и средств формирования содержания, методов и форм обучения с целью формирования *инновационной компетентности специалиста*;
- *результат* деятельности научно-образовательного учреждения в форме инновационной компетентности специалистов, *создание* процессных и продуктовых инноваций подготовки специалистов для инновационной экономики.

В обобщённом виде *модель* системы ИОПО (ПСИЭ), нацеленной на формирование совокупности компетенций, необходимых инженерным кадрам для успешной инновационной деятельности в профессиональной сфере, представлена на рисунке.

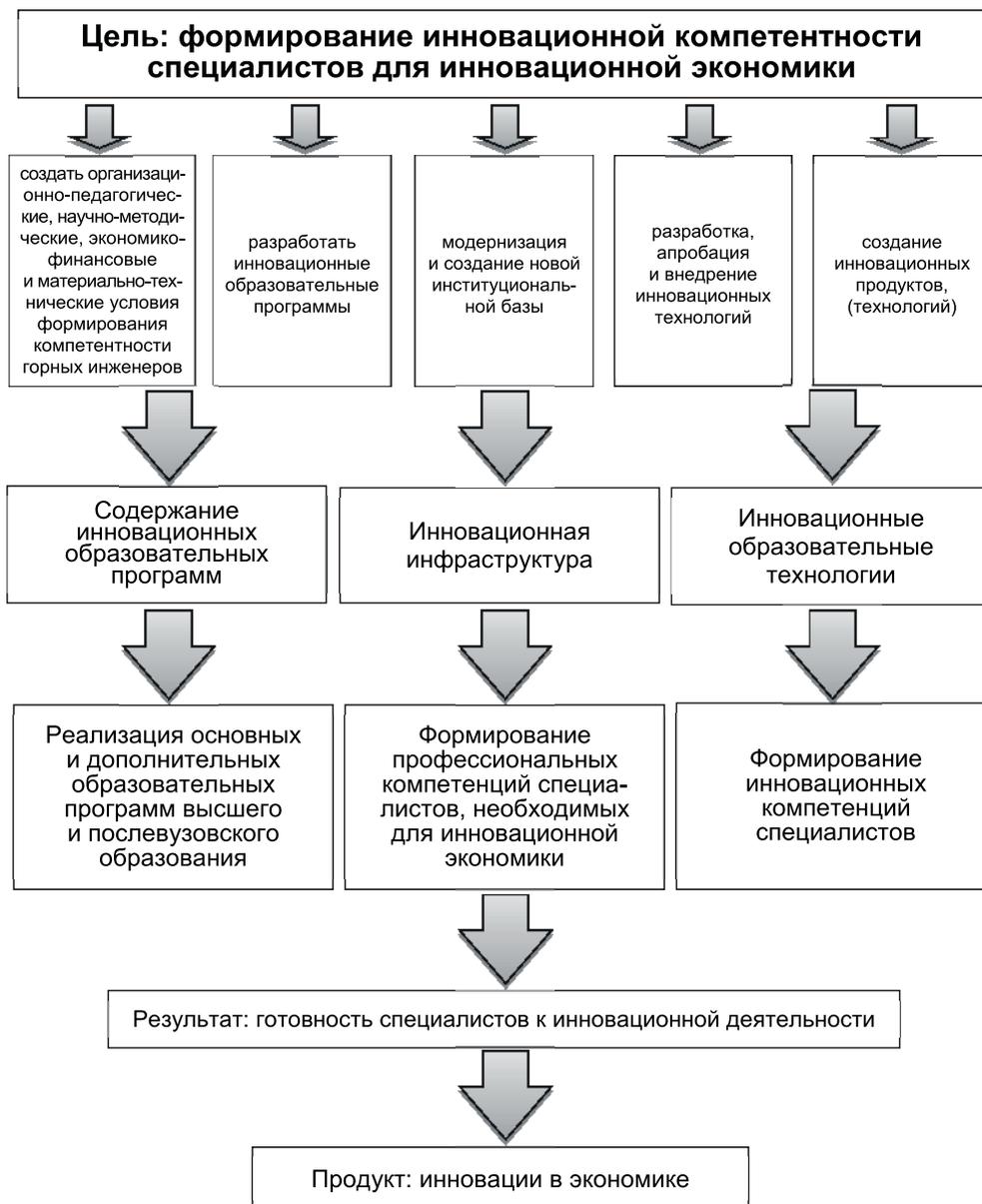
Охарактеризуем основные элементы системы ИОПО (ПСИЭ) применительно к подготовке горных инженеров.

Целью ИОПО (ПСИЭ) является формирование инновационной компетентности горных инженеров, включающей комплекс компетенций, необходимых для инновационной деятельности в соответствующей предметной области (профессиональной сфере), подтвержденной личным опытом участия в разработке, распространении и внедрении инноваций (технических, организационных и др.

Основная *задача* по реализации цели – это создать организационно-педагогические, научно-методические, экономико-финансовые и материально-технические условия для формирования инновационной компетентности горных инженеров.

ИОПО (ПСИЭ) направлено также на решение следующих *задач*:

- разработка инновационных образовательных программ;
- модернизация и создание новой институциональной базы, обеспечивающей возможность эффективной реализации инновационных образовательных программ;
- разработка, апробация и внедрение в учебный процесс инновационных образовательных технологий;
- подготовка специалистов, горных инженеров, к инновационной деятельности в рамках основных и дополнительных образовательных программ;
- создание инновационных продуктов (технологий);
- вовлеченность студентов и преподавателей в фундаментальные и прикладные исследования, опытно-экспериментальную, исследовательскую деятельность;
- формирование системы непрерывного образования по подготовке специалиста для инновационной экономики на основе внедрения национальной квалификационной рамки, системы сертификации квалификаций, модульных программ и различных форм обучения.



Модель инновационно-ориентированного образовательного пространства вуза подготовки специалистов для инновационной экономики ИОПО (ПСИЭ)

Содержание ИОПО (ПСИЭ) представляет собой комплекс инновационно-ориентированных образовательных программ обучения, реализующих принципы инновационно-ориентированного профессионального образования, нацеленных на развитие в вузе опережающей подготовки элитных специалистов и команд профессионалов мирового уровня по приоритетным направлениям науки, техники и технологий, готовых к профессиональной деятельности в условиях инновационной экономики.

Формирование инновационной направленности образовательных программ подготовки инновационных кадров, на наш взгляд, может осуществляться следующими путями:

- включением в перечень квалификационных требований к специалистам, будущим горным инженерам, программ высшего, послевузовского и дополнительного профессионального образования готовности к инновационной деятельности (разные уровни готовности для различных образовательных ступеней);

- разработкой образовательных программ, ориентированных на подготовку горных инженеров для инновационной угольной отрасли, (приоритетные направления развития инновационной системы России → социальный заказ на подготовку специалистов для новых направлений инновационной деятельности → новые направления подготовки специалистов → инновационно-ориентированные образовательные программы);
- включением новых учебных дисциплин из различных областей инноватики в действующие образовательные программы («Основы инновационной деятельности», «Инновационный менеджмент», «Маркетинг научных исследований и внедрение технологий в промышленность», «Введение в теорию и практику трансфера и коммерциализации технологий», «Промышленное коммерческое законодательство и право», «Обеспечение правовой охраны и использования результатов научно-технической деятельности» и др.).

Таким образом, принципиальное отличие ИОСПСИЭ от других типов интегрированных научно-образовательных систем заключается в неформальном объединении инновационных составляющих сфер: образования, труда, науки, экономики, инновационной деятельности и менеджмента, позволяющих достичь синергетического эффекта в научно-инновационной и инновационно-образовательной деятельности в решении проблемы подготовки специалистов для инновационной экономики.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Афанасьев В.Г. Системность и общество. – М., 1980. – С. 27–35.
- Астафьева, Н.В. Методология управления инновационным развитием университетских комплексов : автореф. дис. ... д-ра экон. наук / Н.В. Астафьева. – Саратов, 2008. – 32 с.
- Боровская, М.А. Стратегия инновационно ориентированного управления развитием технического университета / М.А. Боровская, М.А. Масыч. – Таганрог, 2006. – 155 с.
- Буреш, О.В. Формирование образовательно-научно-производственных кластеров как стратегия повышения конкурентоспособности региона / О.В. Буреш, М.А. Жук // Высшее образование в России. – 2009. – №3. – С. 120–125.
- Герасимов Г.И., Илюхина Л.В. «Инновации в образовании: сущность и социальные механизмы. (Социальный аспект). – Ростов-на-Дону : Логос, 1998.
- Дворецкий, С.И. Опережающее инновационное образование в техническом университете / С.И. Дворецкий, Е.И. Муратова, В.П. Таров // Фундаментальные и прикладные исследования, инновационные технологии, профессиональное образование : сб. трудов XII науч. конф. ТГТУ. 25–26 апр. 2007. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – С. 190–194.

УДК 338.48 (075.8)

ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИЗУЧЕНИЯ ГЕОГРАФИИ СТУДЕНТАМИ ФГБОУ ВПО СПбГЭУ

И.Г. Лимонина, С.С. Сафина

На примере обучения студентов в Санкт-Петербургском государственном экономическом университете по направлению подготовки «Туризм» рассмотрены проблемы в преподавании дисциплины «География». Студенты в недостаточном объёме владеют материалом школьного курса «География» поэтому встаёт задача восполнить пробелы из школьной программы и одновременно донести профессиональные знания. В статье рассмотрены организационно-методические особенности изучения географии студентами. Авторы предлагают включить «Географию» в перечень вступительных испытаний для абитуриентов по направлению «Туризм».

Ключевые слова: география, туризм, туристское образование, методы обучения

Рынок труда в туристской индустрии испытывает глубокие изменения. Растёт потребность в кадрах с новым типом мышления и поведения. Требования к системе непрерывного туристского образования должны отвечать задачам подготовки работников с высоким уровнем профессионализма. В этих условиях географическая наука играет важную роль в образовательных программах туристских вузов. Целью освоения учебной дисциплины «География» является изучение тех разделов данной науки, знание которых необходимы для деятельности специалистов в области организации туризма, включая представления об общегеографических закономерностях и географических особенностях конкретных туристских регионов. Поэтому именно география даёт понимание закономерностей размещения основных видов туризма, помогает в планировании развития туристской отрасли.

Студенты Санкт-Петербургского государственного экономического университета по направлению подготовки 100400 «Туризм» изучают курс «Географии» в течение первого учебного года. В рамках данного курса предлагается рассмотрение разделов по общегеографическим проблемам и вопросам физической географии, которые непосредственно касаются организации туристской деятельности:

1. Общегеографические проблемы, которые включали такие темы как объект и предмет географии, методы географии, географические карты, деление земной поверхности, части света, поясное время и часовые пояса Земли.

2. Вопросы физической географии. Здесь студенты изучают разделы: ландшафты и природные зоны Земли и их значение для туризма, литосфера Земли, как условие для развития туризма, эндогенные процессы: вулканизм, землетрясения, основные формы рельефа, математико-географическое положение, пояса освещённости, климат и туризм, мировой океан и туризм, внутренние воды и туризм, биосфера и туризм.

География не включена в перечень, так называемых вступительных испытаний по данной специальности, поэтому студенты направления подготовки 100400 «Туризм» чаще всего очень слабо подготовлены по этому важнейшему для данной специальности предмету. Они имеют весьма приблизительное представление даже об элементарных географических закономерностях, знание которых в дальнейшем может стать решающим в достижении успеха в их будущей профессиональной деятельности.

Так, на первой же лекции выяснилось, что о «часовых поясах» знали только около половины из 40 студентов-бакалавров очной формы обучения, около трети из них не имели представления о «зеркальности» смены времен года в Южном и Северном полушарии. Только три человека из аудитории слышали о «силе Кариолиса», а то, что существует «линия перемены дат» – вообще для них оказалось полным откровением.

На последующих занятиях оказалось, что студенты не владеют элементарным материалом школьного курса «Географии». Они не умели «читать» карты, многие никогда не слышали названий основных физико-географических объектов, а из объектов политической карты мира, могли ориентироваться только в странах Западной Европы и Северной Америки, обнаружив при этом абсолютное незнание стран Африканского континента, Центральной и Южной Америки, Юго-Восточной Азии, и даже субъектов РФ.

Самые серьезные проблемы, но при этом и большой интерес, у студентов вызвало изучение литосферы, климата, гидросферы как туристских ресурсов.

Основная сложность состояла в том, чтобы донести до будущих организаторов туризма профессиональные знания, одновременно восполняя пробелы из школьной программы по физической географии.

Для того чтобы выполнить поставленную задачу была выработана следующая стратегия действий педагогов, при которой обучение включало дробление учебного занятия на две части. Первые 15–20 минут было решено посвящать восполнению знаний недополученных в школе, а остальное время отдавать на освоение профессиональной информации.

Были составлены номенклатуры по основным физико-географическим объектам континентов и тем физико-географическим объектам, которые могут быть объектами туристского интереса. В них были сформированы таблицы с информацией о горных системах и крупнейших горных хребтах и их наивысших точках, крупнейших равнинах, пустынях и низменностях мира, водных объектах (реки, озера, моря, заливы, проливы). Отдельное место заняли такие туристские ресурсы как водопады, пещеры, ледники, крупнейшие вулканы.

Для того чтобы студенты успешно и в кратчайшее время смогли овладеть этим достаточно большим объемом географической информации, были использованы следующие приемы и методы работы:

1. Устный опрос по выборочным объектам данной географической номенклатуры в сочетании с требованием обязательного показа того или иного объекта на физико-географической карте.
2. Географические диктанты, когда студенты должны были самостоятельно указать напротив каждого названия континент и по возможности страну, где расположен тот или иной объект.
3. Работа с контурными картами материков, где стрелками были обозначены физико-географические объекты, которые студенты должны были идентифицировать.
4. Студенческие доклады, сопровождаемые презентациями о наиболее значимых для организации туризма физико-географических объектах.

Для скорейшего освоения знаний об общих географических закономерностях использовался подход, когда студенты сами опрашивали друг друга в игровой форме, что принесло сразу заметные результаты в устранении их географической безграмотности.

Только после такой подготовки студенты смогли перейти к изучению материала о природно-климатических туристских (туристско-рекреационных) ресурсах.

Наиболее полное представление о туристско-рекреационных ресурсах может дать анализ и оценка территориальных сочетаний отдельных видов ресурсов, а также определение их значимости для экономики региона или страны. Для успешного освоения этих знаний на практических занятиях студентам предлагалось сначала определить климатический тип исследуемой территории по классификации, основанной на положениях В.Г. Глушковой и С.В. Макара [Глушкова, Макар, 2003]. Климатические ресурсы оценивались по степени комфортности проживания, которая влияет и на условия освоения туристско-рекреационных условий. Далее студентам предлагается изучить особенности рельефа стран и регионов мира, выявить внутренние региональные различия в рельефе с помощью составления картограммы [Калоева, Корнекова, Лимонина, Файбусович, 2013]. Для изучения географии мирового хозяйства, типов экономики стран студенты должны были количественно рассчитать природно-ресурсный потенциал территории, который уже рассматривается в следующем социально-экономическом блоке подготовки

студентов-бакалавров направления «Туризм» [Руководство по формированию курортно-рекреационных систем, 1984].

После того, как студенты освоят методику оценки природно-ресурсного потенциала той или иной туристской территории можно усложнять задания и переходить непосредственно к комплексной оценке туристско-рекреационных ресурсов.

Предлагаемая для обучения студентов-бакалавров методика комплексной оценки туристско-рекреационных ресурсов предусматривает проведение анализа соответствия условий и свойств природной среды технологическим требованиям основных форм туризма (рекреации). Оценка туристско-рекреационных ресурсов производится дифференцированно по степени благоприятности для размещения и развития различных видов массового отдыха и туризма [Руководство по формированию курортно-рекреационных систем, 1984]. В зависимости от вида рекреационных занятий оценка осуществляется по следующим факторам:

- погодные условия (уровень комфортности летних и зимних погодных комплексов, продолжительность комфортного периода) для массовых видов рекреации и санаторного лечения;
- природные ландшафтные условия, в том числе рекреационная комфортность компонентов природного ландшафта (рельефа, растительности, почв, акваторий и пляжей) для массовых видов рекреации; эстетическая выразительность ландшафта (растительность, расчлененность краевых пейзажей, соотношение открытых и закрытых пространств, уникальность ландшафта) для всех видов рекреации и санаторного лечения;
- туристские ресурсы (памятники природы, истории, культуры);
- санитарно-гигиенические условия (основные источники загрязнения воздуха, воды, растительности и почв).

На основании полученных результатов студентам предлагалось определить соответствие туристско-рекреационного потенциала территории расчетным потребностям населения рассматриваемого региона или страны.

Оценка погодных условий студентами должна была проводиться по летнему и зимнему периодам по продолжительности (в днях) комфортного состояния среды. Для успешной работы студентам предлагалось использовать «Руководство по формированию курортно-рекреационных систем», которое положено в основу данной методики оценки [Сафина, Лимонина, 2010], где приведены критерии оценки погодных условий в зависимости от сезона наиболее интенсивных рекреационных занятий населения. Далее на основании покомпонентной оценки туристско-рекреационной комфортности природных комплексов обучающиеся определяли границы территорий, благоприятных для совмещения видов рекреационной деятельности. По результатам проведенного исследования студенты уточняли границы распространения объектов туристской привлекательности, места прохождения туристских трасс и уровень их значимости. Дополнительно к оценке погодных и ландшафтных условий проводилась оценка объектов туристской привлекательности (ведущий фактор развития познавательного туризма) и транспортной сети.

Данный подход к подготовке студентов-бакалавров направления подготовки 100400 «Туризм» может быть распространен и на другие разделы курса «География», прежде всего, такие как «Политическая география и география населения» «Теоретические вопросы географии туризма», региональный раздел «Географии туризма», когда используются сначала выше-названные приемы освоения азов географических знаний и только потом углубленно изучаются профессиональные аспекты данного курса.

В настоящее время без глубокой географической подготовки невозможно формирование современного организатора туризма, работника туристского бизнеса высокого класса. Таким образом, мы считаем, что география должна быть включена в перечень вступительных испытаний по направлению подготовки «Туризм».

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Глушкова В.Г. Макара С.В. Экономика природопользования : учеб. пособие. – М. : Гардарики, 2003.

Калоева А.Т., Корнекова С.Ю., Лимонина И.Г., Файбусович Э.Л. Практикум по курсу «География». – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2013.

Руководство по формированию курортно-рекреационных систем. КиевНИИП градостроительства Госгражданстроя. ЦНИИЭП курортно-туристских зданий и комплексов Госгражданстроя. – М., 1984.

Сафина С.С., Лимонина И.Г. Методические особенности изучения природно-ресурсного потенциала студентами экономических специальностей вузов // Природно-ресурсный потенциал, экология и устойчивое развитие регионов России : сборник статей VIII международной научно-практической конференции / МНИЦ ПГСХА. – Пенза : РИО ПГСХА, 2010. – С. 137–140.

УДК 331.1

**ПРОБЛЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ
В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

Е.Ю. Никольская

Рассмотрены проблемы и перспективы развития гостиничного комплекса Москвы, специфика профессиональной подготовки кадрового потенциала на предприятиях индустрии, предложены рекомендации по ее совершенствованию.

Ключевые слова: индустрия туризма и гостеприимства, гостиничный комплекс г. Москвы, профессиональная подготовка, кадровый потенциал.

В настоящее время, наблюдается активный рост инвестиционной привлекательности индустрии гостеприимства, и соответственно растет интерес к развитию и модернизации гостиничного хозяйства, причем, не только в Москве, но и в крупных региональных и курортных центрах России.

Индустрия гостеприимства стремительно развивается: по прогнозам специалистов, к 2020 году количество туристов в мире достигнет 1,6 млрд человек, а, по данным Всемирной туристической организации, к 2014 году в отрасли появится 105 млн новых рабочих мест.

Поступательное развитие гостиничного комплекса г. Москвы требует принципиально нового гостиничного работника, который обладает управленческими и функциональными компетенциями, а также гибкого, готового учиться, легко меняющего направление деятельности в рамках конкретного гостиничного предприятия. Индустрия гостеприимства ставит задачу перед системой профессионального образования: разработку новых образовательных стандартов и учебных программ с учетом международного опыта, внедрение современных технологий обучения, пересмотра организации учебного процесса в отношении подготовки молодых специалистов.

Несмотря на то, что в настоящий момент гостиничный бизнес остро нуждается в специалистах со средним профессиональным образованием, среди молодежи столицы преобладает ориентация на получение исключительно высшего профессионального образования, а также последующего поступления в аспирантуру (особенно у студентов призывного возраста). А также низкий статус профессии «официант» и «горничная» в нашей стране ограничивает выбор про-

фессии по данным специальностям и планирование профессиональной карьеры среди молодых специалистов.

Гостиничному комплексу г. Москва становится все труднее ориентироваться на отраслевом рынке труда, усложняются процедуры отбора кандидатов для работы в гостиничных предприятиях, организация скорейшей адаптации для эффективной работы вновь принятого персонала отеля, необходимы новые методы и технологии по формированию и развитию кадрового потенциала и практические навыки и умения кадровых менеджеров, призванных осуществлять комплектование гостиничного предприятия кадрами необходимой квалификации и специализации.

Работодатель в гостиничном комплексе являясь потребителем кадровых ресурсов, должен формировать отраслевой заказ на востребованных и конкурентоспособных специалистов к профильным вузам и колледжам и активно устанавливать связи с учебными заведениями в поисках нужных для работы специалистов со средним профессиональным образованием и обладающих профессиональными компетенциями, необходимыми для решения задач предприятия.

В профессиональной отраслевой печати обозначена еще одна кадровая проблема для рынка труда – в связи с быстрыми изменениями внешних условий функционирования в гостиничных предприятиях, непонятно каких и к какому времени специалистов будет не хватать. Опрос и анкетирование руководителей предприятий гостиничного комплекса г. Москвы показывают, что наиболее востребованы специалисты, обладающие:

- навыками к работе в команде специалистов конкретного структурного подразделения на благо всего трудового коллектива;

- способностями решать нестандартные задачи, возникающие в технологическом процессе гостиничного обслуживания, а также коммерческой и технической эксплуатации отеля;

- умением брать на себя ответственность при выполнении функциональных обязанностей, действующих должностных инструкций, а также нормативных документов гостиничного предприятия;

- желанием и способностью к обучению, как на внутрифирменных тренингах, так и на курсах переподготовки и повышения квалификации; а также ценятся такие качества гостиничных специалистов как:

- высокий уровень профессионализма и большой опыт практической работы в гостинице;

- работоспособность, стрессоустойчивость и клиентоориентированность;

- умение стимулировать подчиненных специалистов и персонал к выполнению функциональных обязанностей; создавать климат доверия и взаимной поддержки.

Основными компетенциями топ-менеджеров в гостиницах признаются следующие: планирование, анализ, использование информации, работа в команде; руководство отношениями; ориентация на достижение результата, управление изменениями, управление конфликтами.

Изучение требований к специалистам гостиничного хозяйства выявило несколько тенденций, которым уделяют повышенное внимание работодатели: практические навыки по полученной специальности, владение иностранным языком, навыки уверенного пользователя ПК. Международные гостиничные цепи предпочитают брать на работу выпускников лингвистических вузов из-за высокого уровня языковой подготовки.

В целом, уровень профессиональной подготовки молодых специалистов не устраивает потенциальных работодателей: из-за крайне слабой языковой подготовки в профессиональной лексике молодых специалистов на иностранном языке; незнание современного технологического процесса гостиничного обслуживания. Таким образом, специалисты со средним профессиональным образованием остаются невостребованными в гостиничном комплексе г. Москвы и вынуждены далее развиваться в других профессиональных областях.

Следующим важным фактором, влияющим на процесс формирования кадрового потенциала гостиничной отрасли является осуществление системы внутрифирменной «подгонки» до необходимого уровня гостиничных работников, особенно в системе международных гости-

нических цепей с высокими стандартами обслуживания. Выход из сложившейся ситуации возможен только при тесном совместном взаимодействии гостиничных предприятий и профильных учебных заведений с целью социального партнерства и выработки необходимых требований к профессиональным компетенциям, необходимым выпускникам профильных учебных заведений; а также разработке и внедрении практического компонента программ профессиональной подготовки специалистов для ГК Москвы.

В отличие от зарубежного, в российском высшем образовании нет рыночного опыта подготовки кадров для гостиничной отрасли. Существующая в настоящее время структура подготовки специалистов с высшим образованием для сферы гостеприимства и питания складывалась спонтанно, без четких ориентиров по трудоустройству выпускников. Переход на мировые стандарты гостиничного сервиса, введение в эксплуатацию новых гостиничных объектов по-новому ставит традиционную задачу подготовки персонала. Речь идет о готовности имеющейся системы обучения обеспечить приток требуемого по численности, структуре и качеству персонала, а также о системе взаимоотношений заказчиков персонала – гостиниц и учебных центров по подготовке квалифицированных кадров различных специализаций. Для того, чтобы удовлетворить растущую потребность в кадрах в рамках всей гостиничной отрасли города, необходимо активное участие в процессе подготовки кадров не только вузов, но и самих гостиниц, гостиничных объединений.

К сожалению, уровень подготовки кадрового потенциала в нашей стране еще не отвечает мировым стандартам, поэтому постоянно растет спрос на зарубежные качественные образовательные программы по отельному, ресторанному бизнесу и туризму.

Получить международный диплом в сфере гостеприимства и туризма можно в Швейцарии, где первая школа гостиничного менеджмента, а также в Ирландии, Великобритании, США, Канаде, Франции, Испании, Греции, Швеции, Италии, Австрии, Германии, Чехии, на Мальте и Кипре и даже в далекой Австралии и Новой Зеландии.

Наиболее престижные учебные заведения в этой области являются членами Всемирной ассоциации по подготовке специалистов в области индустрии гостеприимства и туризма (AMFORTH), Ассоциации ведущих гостиничных школ в Европе (EURHODIP), Международной гостиничной и ресторанной ассоциации (IH&RA). Весьма престижным считается также членство в Швейцарской Ассоциации школ гостиничного менеджмента (ASEN) и Американской Ассоциации отелей и мотелей (AH&MA).

За рубежом существуют различные формы подготовки и переподготовки специалистов индустрии гостеприимства. Это специализированные краткосрочные языковые курсы, стажировки в отелях, программы повышения квалификации, обучение на получение сертификатов, дипломов, степеней бакалавра и магистра в школах отельного и ресторанного бизнеса.

Узкопрофильные специализированные языковые курсы посвящены, как правило, изучению и употреблению терминов, относящихся к области гостиничного и туристического бизнеса. Подобные программы нужны тем, кто уже работает с иностранным языком и чувствует, что его знания в определенной области ограничены и могут помешать дальнейшему карьерному росту. Продолжительность таких курсов – от 2 недель с интенсивностью занятий 30–40 уроков в неделю, хотя бывают и суперинтенсивные, и короткие программы (от 3 дней) – crash courses.

Программа «Учеба + стажировка» состоит из спецкурса иностранного языка и стажировки в отеле, ресторане, туркомпании. Для поступления на курс требуется соответствующее профобразование, опыт работы (желательно), среднее знание языка. Во время программы «Оплачиваемая стажировка в Великобритании» студенты получают вознаграждение от 70 фунтов в неделю, обеспечиваются жильем и питанием. Можно также пройти стажировку и во Франции. Стажеры в течение 8 недель получают практические знания о французском гостеприимстве в гостиницах Парижа. Учебный план включает следующие темы: «Кухонный менеджмент», «Ресторан»,

«Гостиничное дело», «Менеджмент и бухгалтерия». Программа предназначена для студентов с хорошим знанием английского или французского языков.

Обучение гостиничному и туристическому менеджменту ведется в рамках одних и тех же программ. Студенты изучают все тонкости функционирования отеля и турагентства: прием и размещение гостей, обслуживание номеров, работа кухни. Затем в программе – основы информационных технологий, бухучета, маркетинга. Учебный год включает два семестра – теорию и практику.

Преимущества таких школ в том, что они находятся в основном на базе бывших или действующих отелей. Часть занятий проходят в реальных условиях, на производстве и барах, причем продукты, напитки, столовые приборы и пр. – все настоящее. Во время оплачиваемой практики студенты работают вместе с персоналом. Место прохождения практики зависит от индивидуальных качеств студента: доброжелательности, коммуникабельности, умения произвести благоприятное впечатление, знания языков. Так, чтобы найти хорошо оплачиваемую практику в Швейцарии, необходимо знать французский или немецкий язык.

Первая ступень в этом бизнесе (полгода или год) оканчивается получением сертификата, дающего право на простую работу. Пройдя еще один курс, можно получить диплом, а продолжив учебу – высший диплом (Advanced Diploma) – аналог российского диплома о среднем специальном образовании.

Школы гостиничного и ресторанного бизнеса предлагают также специальные программы кулинарии и ресторанного менеджмента. Все они включают курсы: «История кулинарии», «Вина и напитки», «Блюда национальной кухни», «Технология приготовления и подачи блюд» и др., а также практические занятия. По окончании выдается сертификат или диплом.

Для желающих занять более высокие позиции в менеджменте индустрии гостеприимства предусмотрена степень бакалавра (BA in Hospitality или BA in Hotel / Tourism Management). Обучение займет 3–4 года. Также предусмотрен годовой курс на получение степени магистра, а для уже имеющих высшее образование существуют последипломные программы (Postgraduate Diploma).

Для поступления в школы отельного менеджмента требуется аттестат о среднем образовании, хорошие результаты тестов на знание языка преподавания. Иногда необходимы рекомендации или эссе, а для обучения на некоторых программах Postgraduate («второе высшее») надо сдать математический тест.

Безусловным лидером в подготовке кадров для гостиничного бизнеса является Швейцария, где находятся самые престижные школы гостиничного и туристического менеджмента. Одна из лучших и самых больших – SHMS (Swiss Hotel Management School) близ Монтре, член ACEN. Здесь проходят обучение 900 студентов из 25 стран, преподавание ведется на английском языке. Программа школы включает все аспекты управления отелем: работа ресторана, кухни, отдела приема и размещения гостей, отдела маркетинга и продаж. Студенты изучают также французский или немецкий язык. В программу обязательно включена стажировка в отелях и ресторанах. Первый диплом здесь можно получить после двух лет обучения. Продолжая обучение, можно «заработать» престижный американский диплом АН&МА. Выпускники этой школы из России работают сейчас в Женеве, в лучших отелях Москвы.

В АСЕН входит и другая известная школа НИМ, которая тоже позволяет получить два диплома: швейцарский и американский, а также британскую степень бакалавра. Школа расположена в Монтре, в бывшей гостинице Eugene 5*, имеет прекрасное техническое оснащение, содействует в трудоустройстве своих выпускников.

Выпускники одной из лучших швейцарских школ ИНТТИ в Невшателе находят себе место в гостиницах международных известных сетей, в ресторанах и туристических компаниях. Весьма перспективны курсы по информационным технологиям в гостиничном бизнесе. В конце обучения выдается диплом ИНТТИ и сертификат Microsoft. Учебный год включает 22 недели теории

ческих и практических занятий. Swiss Management University, расположенный на горнолыжном курорте Лейзин недалеко от Женевского озера, готовит специалистов в области гостиничного хозяйства и туризма на одном из трех факультетов. Школа владеет двумя отелями – «Мон-Блан» и «Бельведер», где студенты не только учатся, но и проживают. Язык преподавания – английский, тест по языку – от 480 TOEFL. Курс может длиться от 5 месяцев до 3 лет. Все школы являются членами Швейцарской образовательной группы SEG, которую в Москве представляет образовательный оператор «Элитур Клуб». Среди других известных швейцарских центров – Институт гостиничного менеджмента, туризма и спорта Glion Institute of Higher Education, в сеть которого входят Glion Hotel School, European Center for Tourism Studies на Корфу (Греция), школа гостиничного бизнеса Les Rocher Марбелья (Испания). Сеть школ Hotelconsult Cesar Ritz Colleges включает четыре школы на трех континентах. В их программах соединены швейцарские традиции гостиничного хозяйства и успехи американского менеджмента. Помимо крупных, в Швейцарии существуют и небольшие уютные школы, где царит почти домашняя атмосфера, а преподаватели могут уделить студенту больше внимания. Одна из таких школ – НТМi – расположена недалеко от Люцерна и предлагает для российского рынка специальные цены и скидки.

Более доступные цены и хорошие перспективы для профессионального роста отличают гостиничные школы Ирландии. Дипломный курс по гостиничному менеджменту в American College Dublin предполагает не только получение серьезных академических знаний в этой области, но и практические занятия и стажировки в гостиницах Ирландии. По окончании школы студенты получают дипломы Swiss American Hospitality Institute и АН&МА. Обучение гостиничному менеджменту в Griffith College Dublin также ведется по швейцарской модели. К лучшим гостиничным школам мира специалисты причисляют Shennon College, где готовят менеджеров в области международного гостиничного и ресторанного бизнеса. На протяжении всего срока учебы здесь предусмотрена практика в лучших европейских отелях. Следует учесть, что стоимость обучения в Ирландии почти вдвое меньше, чем в Швейцарии.

Специализация Hotel & Tourism Management есть во многих университетах Великобритании: Greenwich, Coventry, Northumbria и др. Для поступления на бакалавриат здесь необходимы аттестат о среднем образовании, как минимум годовое обучение в российском государственном вузе или подготовительный курс (Foundation Program).

«Институт Ватель» (Vatel), школа международного гостиничного и туристического менеджмента во Франции, занимает второе место в европейской классификации самых известных школ. Преподавание здесь ведется на английском языке, но для прохождения практики необходимо уметь говорить и по-французски. Институт имеет несколько отделений в Париже, Лионе, Ниме. Самый большой учебный центр находится в Ниме, где созданы исключительные условия для учебы: действующий 4-звездный отель, три ресторана, три оснащенные современным оборудованием кухни. Институт готовит менеджеров по разным направлениям: продовольствие и напитки, служба размещения, курортология, круизы, клубы, авиауслуги. Обучение может длиться от года до трех лет. В школе можно получить степени бакалавра, магистра, МВА. Институт имеет договоры о сотрудничестве с российскими вузами: Московским Государственным Институтом Индустрии Туризма им. Ю.А. Сенкевича, Институтом туризма, Университетом дружбы народов, Московским университетом экономики, статистики и информатики и др. Другие школы гостиничного менеджмента страны (Univeria, Savignac, ESTHUA) ведут преподавание на французском языке.

В Германии учиться на отельера можно бесплатно. Так, после двух лет обучения в российском вузе можно продолжить свое образование в немецких высших школах Fachhochschule Muenchen и Fachhochschule Heilbronn. Студенты оплачивают только проживание, питание, учебники.

В последние годы интерес россиян к западным школам гостиничного хозяйства заметно растет. В России, к сожалению, пока нет ни одного учебного заведения, имеющего тренинговую базу для развития практических навыков у гостиничных специалистов, а профессия эта всегда

востребована на рынке. В настоящее время, высококлассные гостиницы в России находятся под управлением западного менеджмента, поэтому российские специалисты с хорошими знаниями и дипломами нужны как никогда. В национальной практике все учебное время отводится изучению теоретических основ. Первые годы обучения в зарубежных гостиничных школах посвящены практическому знакомству с индустрией гостеприимства, к изучению менеджмента студенты приступают только на старших курсах, когда уже знают работу гостиниц изнутри. В России же центральное место в учебных программах занимают общеобразовательные предметы, а специализация начинается только на последних двух курсах обучения. Но главная особенность международных гостиничных школ – оплачиваемые практики, которые студенты проходят в течение нескольких месяцев каждый учебный год. Любой успешный студент может по окончании практики получить предложение о постоянной работе.

Модернизация гостиничного бизнеса, строительство больших современных отелей, значительно повышает качество сервиса, поэтому необходимо адаптировать международный опыт профессиональной подготовки кадров в национальную практику, с целью обеспечить индустрию гостеприимства компетентными специалистами с учетом требований бизнеса и международных стандартов.

Таким образом, при адаптации международного опыта в национальную систему профессиональной подготовки кадров индустрии туризма и гостеприимства необходимо:

- организовать высокопрофессиональную подготовку, с помощью: модернизации материально-технической базы и оборудования вузов, внедрения новых образовательных стандартов и обновления учебно-методической базы, организация практики с первых курсов в лучших международных отелях;

- организовать совместные международные образовательные программы и выдачу дипломов, признанных во всем мире, позволяющих трудоустроиться как в различных странах, так и в России;

- планировать многоступенчатость учебного процесса с правом выбора студентом курса и продолжительности обучения (от 4 недель до 4 лет) с получением документа по окончании каждой ступени;

- планировать и организовать оплачиваемую практику, продолжительностью не менее половины учебного процесса.

Ускорение экономических и технологических изменений предъявляет жесткие требования и к управленческому персоналу туристских и гостиничных предприятий по своевременной диагностике этих изменений и гибкой адаптации к ним.

Индустрия туризма и гостеприимства является высококонтактной сферой, где качество предложения неотделимо от качества обслуживания. В контакт с клиентами входят практически все сотрудники, являющиеся частью предлагаемого туристского и гостиничного продукта. Отношение персонала, внешний вид и готовность выполнить любую просьбу гостя формируют общее впечатление от обслуживания и о предприятии в целом. Каждый сотрудник турфирмы или отеля воспринимается клиентами как представитель компании и его профессионализм, а также деловые и личностные качества формируют и поддерживают имидж организации, приверженность ее гостей. Способность удерживать своих клиентов является критерием конкурентоспособности гостиничного и туристического предприятия.

Поэтому для подготовки современных, высокопрофессиональных руководителей и специалистов индустрии туризма и гостеприимства, умеющих находить нестандартные решения сложных проблем, способных делегировать полномочия персоналу компаний, оптимизировать использование всех видов ресурсов организации, необходима непрерывная современная система профессиональной подготовки и повышения квалификации кадров отрасли.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Постановление Правительства Москвы от 27.12.2006 №1054-ПП «О развитии в городе Москве системы подготовки и повышения квалификации кадров для туристско-гостиничного комплекса столицы».

Мировой опыт развития индустрии гостеприимства / под ред. М.Ю. Лайко. – М. : ГОУ ВПО «РЭА им. Г.В. Плеханова», 2008.

Никольская Е.Ю. Диагностика международной подготовки кадров индустрии гостеприимства : сборник докладов международной научно-практической конференции, Глобальные транспортные инфраструктуры в современной индустрии туризма, секция «Ресурсное обеспечение развития туристской отрасли», ГАОУ ВПО МГИИТ, 2013.

УДК 378.14

ЗАРУБЕЖНЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ И ИХ СПРОС НА РЫНКЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ УСЛУГ г. БАРНАУЛА

Н.Н. Праздникова, В.Н. Купцова

Статья посвящена вопросам образовательного туризма. Авторами проанализирован рынок предложений зарубежных образовательных туров. Для оценки спроса на заграничные образовательные туры проведен социологический опрос, выявляющий потребность жителей краевой столицы в образовательных турах.

Ключевые слова: образовательный туризм, образовательная услуга, языково-образовательные программы, респондент

В настоящее время в России международный образовательный туризм представляет собой одну из наиболее быстро развивающихся отраслей образовательных и туристских услуг.

Само понятие услуга по определению Ф. Котлера это – «объект продажи в виде действий, выгод или удовлетворений» [Котлер, 2007].

Существуют различные мнения по поводу трактовки понятия «образовательная услуга». В контексте данной работы Е.Д. Липкина наиболее точно дает определение образовательной услуге: «совокупность знаний, умений, навыков и определенного объема информации, используемые для удовлетворения специфической потребности человека и общества в интеллектуальном развитии и приобретении профессиональных умений и навыков» [Липкина, 2006]. С.А. Зайчикова разделяет данную точку зрения и под образовательной услугой подразумевает «систему знаний, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения потребностей индивида, общества и государства и направлены на приращение человеческого капитала» [Зайчикова, 2006].

Туристская же услуга определяется как – «целесообразная производительная деятельность туристских фирм по удовлетворению потребностей туристов; сегмент сферы услуг, направленный на удовлетворение нужд потребителей туристского продукта. Важнейшим компонентом туристской услуги является комплексная поездка – тур, который включает в себя пакет услуг по размещению, питанию, транспорту и др.». Под образовательным туризмом понимается – «туристская поездка, в которой турист совмещает отдых с обучением» [Воронкова, 2002].

Таким образом, понятие «образовательный туризм» объединяет в себе образовательные и туристские услуги и представляет собой вид туристской поездки, в которой турист совмещает отдых с обучением.

Одной из разновидностей образовательных услуг являются языковые туры. В связи с тем, что в России становится популярным изучение иностранных языков, количество продаж языковых образовательных туров увеличивается ежегодно. Действительно, 58% из выбирающих в качестве дополнительного образования курсы иностранных языков интересуются именно учебной на языковых курсах за границей, так как это гарантирует высокое качество обучения, возможности дальнейшего поступления в западный вуз и построения карьеры в иностранной компании [Курсы иностранных языков в Москве и за рубежом, 2010, с. 35].

Программы обучения языку могут быть индивидуальными и групповыми (чаще всего – это группы школьников или группы бизнес-языка). Занятия языком могут быть организованы на разных уровнях: для начинающих, для совершенствующихся и т.д. [Зорин, 2005].

Кроме занятий иностранным языком, образовательные туры – включают в себя экскурсионно-познавательные, культурные программы и спортивные мероприятия (в основном в детско-юношеских турах) .

Перед началом учебного процесса проводится тестирования для определения уровня языковой подготовки и распределение по группам. Уроки проводятся не только в учебных аудиториях, но и могут проходить на природе, музее или любом другом месте, если того требует тема занятия.

Индивидуальные программы обучения языку рассчитаны на одного человека и предполагают большее количество часов, чем групповые. В этом случае выбираются высокооплачиваемые учебные учреждения, которые чаще всего вообще не работают с группами.

Иностранцам студентам школьного возраста предлагается размещение в резиденциях при школах, либо в семьях, которые подбирают сами учебные учреждения. Условия проживания чаще спартанские, так как большее внимание уделяется образовательному процессу и культурному досугу [Туристическая компания «BSI group»., 2012].

Студенты старше 18 лет могут жить в общежитиях, что обеспечивает им свободу, а взрослые слушатели располагаются в отеле, забронировав его самостоятельно или через агентство.

Среди языковых туров особенно популярными становятся каникулярные программы (проводимые в период школьных каникул), суть которых в сочетании основного учебного процесса с возможностью отдохнуть, увидеть другие страны, познакомиться с их культурой и традициями, пообщаться с зарубежными сверстниками и т.п. Зимой и летом зарубежные учебные центры обычно принимают индивидуальные заявки, а осенью и весной – заявки от групп.

Для того чтобы увеличить процент вероятности поступления абитуриентов в иностранные вузы, кроме языковых программ, некоторые агентства предлагают широкий выбор подготовительных образовательных программ. Это связано с разницей в системах образования и нежеланием большинства иностранных вузов принимать российских абитуриентов сразу после окончания школы. Поэтому их основной целью является не только повышение языкового уровня студента, но и облегчение его адаптации к новым условиям учебы и жизни в другой стране.

Стоимость подготовительных программ зависит от их продолжительности, уровня знаний абитуриента (студента) и типа учебного заведения.

Зачисление на программы бакалавриата и магистратуры при успешном окончании подготовительной программы является гарантированным.

По данным сайтов туроператоров и образовательных агентств существуют следующие виды университетских подготовительных программ:

A-Level (Англия, Уэльс) – углубленное изучение 4–5 предметов, которые необходимы для поступления в университет на выбранную специальность. Для поступления в лучшие университеты, в т.ч. Оксфорд и Кембридж, необходимо сдать эти предметы на высший балл. В Шотландии аналогичная подготовительная программа называется Scottish Highers.

Сертификат A-Level дает право на поступление во все британские университеты и является единственным свидетельством, которое принимается на специальности «Медицина», «Стоматология», «Ветеринария». Программа A-Level признается во всем мире и считается «золотым стандартом» среднего образования. Поступление на программу A-Level возможно с 15,5 лет, при наличии аттестата с хорошими оценками и отличного знания английского языка [Агентство Международного образования Инсайт, 2012].

International Baccalaureate (IB) – международная программа, которая целенаправленно готовит студентов к поступлению на определенную специальность университета. Но, в отличие от A-level, на IB изучают 6 предметов, из которых 3 – углубленно, а другие на стандартном уровне.

Поступление на IB возможно с 16 лет, при наличии аттестата о неполном или полном среднем образовании, необходимо также отличное знание английского языка [Агентство Международного образования Инсайт, 2012].

Pre-A-Level / Pre-IB – это одногодичные программы с интенсивной языковой и академической подготовкой (изучение лексики, расширение специализированного словаря, развитие учебных навыков, изучение математики или естественных и гуманитарных наук). После окончания программы студенты, успешно прошедшие интервью и тестирование по основным предметам, поступают в школу-пансион или колледж на программы A-Level или IB.

Foundation Programme – годичная программа для выпускников школ, получивших аттестат о среднем образовании. Пройти подобный курс можно в международном колледже или непосредственно при университете, в который студент планирует поступать на следующий год. Программа ориентирована в первую очередь на иностранцев, поэтому в ней комбинируются в различных пропорциях английский язык и академические дисциплины [Агентство Международного образования Инсайт, 2012].

Для получения иностранного высшего образования у туроператоров можно выбрать практически любую страну (Испания, Германия, Великобритания, Греция, Новая Зеландия, Эстония, Чехия, Венгрия, США, Австралия, Канада, Италия, Польша, Франция, Швейцария, Нидерланды, Мальта).

Иностранным туристам, в том числе и российским, предлагают обучение: более 100 вузов Великобритании, около 40 университетов и 400 колледжей Австралии по любой специальности и т.п.

Самым популярными для иностранных студентов является бизнес – образование. Master of Business Administration – это самый известный диплом в сфере бизнеса и менеджмента для последиplomного образования. Диплом признаётся по всему миру. Университеты самых разных стран практикуют эти программы. MBA дает возможность наиболее полно реализовать свои способности и эффективно работать в сфере менеджмента. Квалификация MBA позволяет войти в высшие сферы международного бизнеса [Агентство Международного образования Инсайт, 2012; Туристическая компания «BSI group», 2012].

Некоторыми туроператорами, специализирующимися на образовательном туризме предлагаются программы «Work & Study» и курсы повышения квалификации по разным специальностям за границей. «Work & Study» – эта программа предусматривает совмещение работы и обучения. Выезд по программе возможен круглогодично. Студентом быть не обязательно, возраст участников от 18 лет.

С каждым годом возможности совмещения программ зарубежного образования и отдыха становятся все более разнообразным и доступными. В результате сегодня у россиян, есть возможность сочетать путешествие с изучением иностранного языка, занятиями спортом, хобби, с отдыхом в экзотических странах, оплачиваемой работой и т.д. Такой вид туризма свойственен более молодому потребительскому сегменту рынка – школьникам и студентам, реже, людям старше 25 лет.

Многообразие форм и методов организации путешествий с образовательными целями позволяют внедрять новые идеи, совершенствовать процесс производства туристских продуктов, расширять ассортимент услуг в образовательной и туристской сферах услуг].

По результатам проведенного анализа рынка спроса и предложений зарубежных образовательных туров в г. Барнауле, выяснилось, что турфирмы широко сотрудничают с образовательными агентствами и туроператорами, специализирующимися на образовательных турах, среди которых можно выделить следующие: компанию «BSI Group», образовательную компанию «ИТЭК», Международные учебные центры и центры образования («Элитур клуб», «Инсайт» и др).

Информацию об образовательных турах можно найти на сайтах следующих турфирм г. Барнаула: «Арго», «Сибтур», турагентство «Васильевой», туристическая компания «Парус». Они предлагают языковые туры на Мальту, Кипр, в США, Канаду, Китай, Германию, Италию и другие страны. Другие образовательные программы представлены менее широко.

Турфирмами г. Барнаула также предлагаются специализированные языковые курсы для профессионалов (врачей, преподавателей, юристов, нефтяников, инженеров, банковских работников, секретарей, туроператоров и т.д.), желающих улучшить своё знание английского языка и освоить специализированную лексику в профессиональной области. Но после проведенного среди клиентов турфирм города анализа востребованности данного вида образования эти туры оказались значительно менее популярны (менее 7%), чем языковые программы для школьников и студентов.

Языковой центр «Trinity», школа иностранных языков «Бейкер стрит», компания «Chinesclub» (Чайниз Клаб) и некоторые другие языковые школы г. Барнаула предлагают каникулярные языковые программы, рассчитанные на две, три или четыре недели в страны Европы и Азии. Турпакет включает проживание, обучение, спортивные и развлекательные мероприятия и экскурсии. Именно содержание досуга во многом определяет стоимость программы. Центр гуманитарного образования «Саншайн» и ему подобные языковые школы организуют пригородные или загородные языковые лагеря для изучения иностранных языков и отдыха детей.

Однако большинство барнаульских турфирм не спешат выставлять эти предложения на своих сайтах, мотивируя нехваткой специалистов по образовательному туризму и невысоким спросом в соотношении с общим количеством продаваемых туров.

Для оценки спроса на заграничные образовательные туры, был проведен социологический опрос, выявляющий потребность жителей краевой столицы в образовательных турах. В опросе принимали участие 400 респондентов, разных возрастов (от 20 лет до 55 лет), социального статуса, семейного положения. Данное исследование показало, что желание получить зарубежное образование есть у более, чем половины опрошенных, но возможность реализовать его имеется только у 7,8%.

Мотивом к зарубежному образованию чаще всего является: престиж диплома и, связанные с этим, перспективы карьерного роста, а высокие материальные затраты являются основным лимитирующим фактором к получению зарубежного образования. 29% респондентов объяснили свое нежелание учиться за рубежом возможностью получения достаточно качественного российского образования.

Люди среднего и старшего возраста не видят для себя перспектив получения заграничного высшего образования, а рассматривают его только для детей и внуков. Болонская же система образования предполагает обучение человека на протяжении всей его жизни, что сейчас и происходит во многих развитых странах мира.

Несмотря на длительную продолжительность обучения в зарубежном университете (3–5 лет) больше половины респондентов хотели бы получить диплом, а не выучиться иностранному языку за короткий срок (1 месяц) и отдохнуть за границей.

Рассматривая виды проживания за границей во время обучения, только около 10% опрошенных изъявили желание жить в семьях, 7% иметь собственное жилье, 6% хотели бы снимать номер в отеле, основная же масса опрошенных (77%) предпочла проживание в резиденциях при университетах.

Наше исследование показало, что барнаульцы достаточно заинтересованы данным видом туризма, но, к сожалению, существует ряд факторов, которые мешают им сделать выбор в пользу образовательного туризма за рубежом и основным из них все-таки остается материальный.

Несмотря на небольшой процент продажи образовательных туров в г. Барнауле, существует объективная тенденция к его росту. Этому способствует повышение заработной платы населения, развитие системы банковского кредитования и малого бизнеса в стране, а также появление современных инновационных проектов в области информационных технологий, образования и туризма.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Зайчикова, С.А., Маяцкая, И.Н. Стратегия маркетинга высшего учебного заведения в системе открытого образования : монография. – М. : Изд-во РГСУ, 2006. – 115 с.

Зорин, И.В., Каверина, Т.П., Квартальнов, В.А. Туризм как вид деятельности : учебник. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 288 с.

Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. Пер. с англ. – М. ; СПб. : Издательский дом «Вильямс», 2007. – 656 с.

Курсы иностранных языков в Москве и за рубежом : справочник. Вып. 3. – М. : ВСЕВЕД, 2010. – 116 с.

Липкина, Е.Д. Конкурентоспособность вузов на современном рынке образовательных услуг : монография. – Омск : Изд-во ОмГПУ, 2006. – 136 с.

Туризм, гостеприимство, сервис : словарь-справочник / Г.А. Аванесова, Л.П. Воронкова, В.И. Маслов, А.И. Фролов; под ред. Л.П. Воронковой. – М. : АспектПресс, 2002. – 367 с.

Агентство Международного образования Инсайт // Подготовка в университет [Электронный ресурс] / Агентство Международного образования – электрон. дан. – 20.01.2012 – Режим доступа: http://www.i-l.ru/information/directory/obuchenie_v_anglii/education/. – Загл. с экрана.

Туристическая компания «BSI group» // Обучение за рубежом. Образование за рубежом [Электронный ресурс] / Туристическая компания – электрон. дан. – 23.02.2012 г. – Режим доступа: http://www.planeta-st.ru/directions/children_and_youth/training. – Загл. с экрана. <http://www.bsistudy.ru/>

Турагентство Васильевой // Образовательные программы за рубежом [Электронный ресурс] / Турагентство – электрон. дан. – 19.02.2012 г. – Режим доступа: http://vasiltur.ru/#/образовательные_программы_за_рубежом. – Загл. с экрана.

Туристическая компания АРГО // Обучение за рубежом [Электронный ресурс] / Туристическая компания – электрон. дан. – 18.04.2012 г. – Режим доступа: http://www.tourargo.ru/training_abroad.html. – Загл. с экрана.

Туристическая компания «Парус» // Обучение за рубежом [Электронный ресурс] / Туристическая компания – электрон. дан. – 15.01.2012 г. – Режим доступа: http://parus-barnaul.ru/obuchenie_zh_rubezhom/index.html. – Загл. с экрана.

УДК 378.1

СОВРЕМЕННОЕ ЕДИНОЕ ЕВРАЗИЙСКОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО: ОПЫТ СОЗДАНИЯ СОВМЕСТНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ УРОВНЯ МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ «ТУРИЗМ» (на основе образовательных стандартов Российской Федерации и Республики Казахстан)

А.Г. Редькин, Д.Д. Есимова, Е.В. Кретышева, Л.В. Селютина

Статья посвящена вопросам интеграции российской образовательной системы в единое евразийское образовательное пространство

Ключевые слова: единое образовательное пространство, интеграционные процессы, договор о сотрудничестве.

Формирование единого евразийского образовательного пространства (ЕЕОП) сегодня – это процесс добровольного сотрудничества образовательных систем различных государств Евразии, направленный через углубление взаимодействия между отдельными вузами в образовательной и исследовательской деятельности на создание благоприятных условий для дальнейшего расширения экономических, культурных и гуманитарных связей между участвующими странами. Значительная роль в формировании единого евразийского образовательного пространства в силу исторических причин принадлежит странам, вошедшим в Таможенный союз, странам СНГ, ШОС, интеграционные процессы в образовательных системах которых могут достаточно быстро сформировать ядро будущего ЕЕОП. Российская Федерация и Республика Казахстан входят во все указанные структуры.

Процесс интеграции российской образовательной системы в единое евразийское образовательное пространство напрямую связан и с углублением Болонского процесса. К десяти направлениям («линиям») Болонского процесса, определенным в период 1999 – начале 2000-х годов, в 2009 году по результатам конференции европейских министров, ответственных за образование, добавились еще десять:

1. Расширение доступности высшего образования, включая определение каждой страной-участницей Болонского процесса (БП) измеримых целей для интеграции в высшее образование различных социально уязвимых групп.
2. Реализация национальных стратегий обучения в течение всей жизни на основе принципов и процедур, сформулированных Европейской ассоциацией университетов в Хартии по обучению в течение всей жизни, и внедрения до 2012 г. национальных квалификационных рамок, сопряженных с рамкой квалификаций для европейского пространства высшего образования.
3. Формирование в рамках вузовских программ навыков, обеспечивающих занятость выпускников.
4. Совершенствование качества программ обучения на основе компетентного подхода, в тесном взаимодействии с работодателями.
5. Совершенствование качества обучения на основе интеграции науки и образования.
6. Интернационализация программ и деятельности институтов высшего образования, расширение международного сотрудничества, определение качества трансграничного образования стандартами, сформулированными в Европейских рекомендациях по качеству высшего образо-

вания и сопряженными с Рекомендациями по обеспечению качества трансграничного образования ЮНЕСКО/ОЭСР.

7. Повышение мобильности до 20% к 2020 г. на основе внедрения совместных программ, осуществления комплекса практических мер, направленных на улучшение качества информации и инфраструктуры, уровня финансирования, гибкости программ повышения привлекательности карьеры преподавателя и исследователя.

8. Совершенствование системы мониторинга и сбора данных, отражающих реализацию основных целей БП в новом десятилетии.

9. Повышение прозрачности механизмов взаимодействия и выявление наилучших практик сотрудничества.

10. Приоритетность государственного финансирования для обеспечения доступности и устойчивого развития высшего образования.

11. Именно эти положения во многом способствуют созданию уникальной среды научно-образовательного сотрудничества.

Алтайский государственный университет является одним из крупнейших образовательных, научных и культурных центров Алтайского края и Сибири, стратегическое развитие которого направлено на формирование ЕЕОП, в том числе через реализацию современной системы непрерывного практико-ориентированного образования [Землюков, 2013]. Одним из шагов на пути к формированию ЕЕОП стало подписание меморандума «О реализации совместной образовательной программы подготовки студентов по направлению «Туризм» (квалификация (степень) магистр) в рамках образовательной программы «Туризм: проектирование и управление туристско-рекреационными системами». Разработанный в рамках «Договора о сотрудничестве между Алтайским государственным университетом и Павлодарским государственным университетом имени С. Торайгырова», меморандум определяет направления взаимовыгодного международного сотрудничества двух вузов в сфере высшего образования, а также регламентирует общие права и обязанности университетов в разработке, утверждении и реализации совместной образовательной программы, процедуру взаимодействия сторон по текущим вопросам, условия и порядок ее финансирования.

Для разработки совместной образовательной программы подготовки магистров по направлению «Туризм» была изучена и проанализирована нормативная база образования России и Казахстана:

- Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации»;
- Закон Республики Казахстан «Об образовании»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки Туризм (квалификация (степень) магистр);
- Государственный общеобязательный стандарт образования Республики Казахстан. Высшее образование. Магистратура. Основные положения.

В процессе анализа указанных документов было отмечено, что по многим позициям точки зрения их составителей совпадают. Так, например, в оценке качества результатов освоения образовательной программы и в России и в Казахстане используется компетентностный подход, похожи структуры образовательных программ, требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению.

В то же время были выявлены и различия. В первую очередь это касается того, что в Российской Федерации для каждого направления подготовки существует свой федеральный государственный образовательный стандарт, а в Республике Казахстане действует общий для всех направлений подготовки государственный общеобязательный стандарт. Есть в стандартах разница и в формах обучения, и в его продолжительности, и в подсчете кредитов (зачетных единиц). Все это было учтено при разработке совместной образовательной программы.

Были определены:

- нормативные документы, для разработки магистерской программы;
- миссия, цели и задачи магистерской программы;
- нормативный срок освоения;
- требования к уровню подготовки, необходимые для освоения магистерской программы;
- виды профессиональной деятельности выпускника;
- компетенции выпускника;
- документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации магистерской программы.

В числе последних был разработан учебный план совместной магистерской программы «Туризм: проектирование и управление туристско-рекреационными системами».

Таким образом, удалось совместить наполнение учебных планов по ФГОС и ГОСО. Разработанная магистерская программа будет способствовать формированию единого евразийского образовательного пространства с целью подготовки специалистов, способных на местах реализовывать сложные производственные задачи.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Землюков С.В. Создание Азиатского федерального университета – путь развития научно-образовательной интеграции в Азиатском регионе / С.В. Землюков, И.Н. Дубина // Охрана окружающей среды и природных ресурсов стран Большого Алтая : материалы международной научно-практической конференции (Барнаул–Горно-Алтайск, 23–26 сентября 2013 г.) /отв. ред. Г.Я. Барышников. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2013. – 298 с.

УДК 378.14

СОДЕРЖАНИЕ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ СЕРВИСА И ТУРИЗМА В АЛТАЙСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ (на примере направления подготовки «Туризм» и «Гостиничное дело»)

А.Г. Редькин, Е.В. Мардасова

Статья посвящена вопросам подготовки специалистов по направлениям «Туризм» и «Гостиничное дело» на заочном отделении географического факультета Алтайского государственного университета. Рассмотрена история становления и современное состояние профессионального туристского образования в АлтГУ.

Ключевые слова: высшее туристское образование, образовательные стандарты, реализация образовательных программ.

Современное высшее образование в Российской Федерации испытывает все возрастающее влияние рынка труда на содержание образовательных программ по подготовке специалистов разного уровня и квалификации, в том числе и в области высшего профессионального туристского образования, предъявляя новые требования к выпускникам вузов и определяя их конкурентоспособность в трудовой деятельности.

Как отмечает И.И. Бондарь, качество конкурентоспособности складывается из сочетания профессионализма и универсализма, а конкурентоспособный специалист должен достигать поставленные цели в разных, быстро меняющихся ситуациях за счет владения методами решения большого класса профессиональных задач и наличия определенных личностных качеств [Бондарь, 2012]. По мнению В.Д. Чепика, современное образование привлекает к себе внимание не только как область деятельности по подготовке специалистов, но и как среда, в которой происходят профессиональное самоопределение специалиста, самоутверждение личности [Чепик, 2000].

Для подобной профессиональной подготовки в рамках принятых государственных образовательных стандартов разрабатываются соответствующие образовательные программы и учебные планы.

Возникшая в начале 1990-х годов в Российской Федерации настоятельная потребность в квалифицированных кадрах туристского профиля, связанная с взрывным развитием туристского рынка, не обошла стороной и Алтайский край, традиционно входящий в пятерку «брендовых» туристских территорий страны. Пришедшие в туризм специалисты из кризисных отраслей хозяйственного комплекса страны в своем большинстве не могли решать возникающие задачи, и, отвечая на запросы времени, образовательные учреждения приступили к подготовке кадров для туристского бизнеса. Первенцем вузовского туристского образования на Алтае стал Алтайский государственный университет (АлтГУ).

Для практической реализации образовательных программ туристского профиля 1 мая 1993 года на географическом факультете АлтГУ была открыта кафедра рекреационной географии для обучения студентов специальности «География» туристско-экскурсионному делу в рамках специализации «Краеведение и туризм».

Открытию кафедры способствовало благоприятное стечение объективных факторов:

- отсутствие государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО) по специальности «Туризм» либо близкой к ней специальности (первый ГОС ВПО по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» появился в 1996 году, а ГОС ВПО по специальности «Туризм» в качестве эксперимента – в 2006 году), что не требовало обращения для получения соответствующего разрешения в Министерство образования;
- отсутствие научного направления «Туризм» (которого нет и до сих пор, что, впрочем, давно не является благоприятным фактором) и связанной с ним научной специальности;
- идейная близость между географией и туризмом, объясняемая их «пространственной» составляющей.

В начале 2000-х годов в России завершилась стадия стихийного формирования туристского рынка, начали складываться элементы частно-государственного партнерства и, соответственно, возникла потребность в кадрах с новым типом мышления и поведения. Все более очевидным становился разрыв между курсами по разным аспектам туризма, читаемых в вузах в рамках специализаций, и реальной предпринимательской деятельностью. Обозначилась эта проблема и в АлтГУ. После многократных обсуждений решения данной проблемы на заседаниях кафедры, ученом совете факультета, ректорате, было принято решение об открытии в университете туристской специальности. Наиболее адаптированной на тот момент к реалиям туристского рынка была специальность 230500 «Социально-культурный сервис и туризм», которая и была открыта в университете уже в 2004 году.

Продолжающийся рост экономики страны, специфика регионального туристского рынка, понимание того, что фундаментальные знания важны не сами по себе, а как инструмент, позволяющий специалисту ориентироваться в современном мире, наконец, продолжающаяся реформа профессионального образования потребовали от кафедры продолжения активной образовательной политики.

В 2006 году в университете были открыты направление подготовки и специальность «Туризм» (на тот момент – экспериментальные в России), в 2007 году – специальности среднего

профессионального образования «Туризм» и «Гостиничный сервис», в 2009 году – магистерская программа по направлению подготовки «Туризм» (в рамках ГОС ВПО второго поколения). В 2005 и 2007 годах кафедрой была оказана организационная помощь филиалам АлтГУ в гг. Славгороде и Белокурихе по открытию специальности «Социально-культурный сервис и туризм» (г. Славгород) и направлению подготовки «Туризм» (г. Белокуриха).

В 2011 году, в связи с переходом российской системы образования на новые федеральные государственные образовательные стандарты (ФГОС), в АлтГУ были открыты направления подготовки «Туризм», «Гостиничное дело», «Сервис», причем по направлениям подготовки «Туризм» и «Гостиничное дело» стала осуществляться подготовка и по заочной форме обучения.

Согласно ФГОС конкретные виды профессиональной деятельности, к которым в основном готовится бакалавр, определяются высшим учебным заведением совместно с обучающимися, научно-педагогическими работниками высшего учебного заведения и объединениями работодателей. В связи с этим учебные планы, реализуемые на кафедре, отличаются большой прикладной направленностью, учитывают тенденции развития турбизнеса и отражают основные требования рынка труда в индустрии туризма. Все это делает обучение на кафедре привлекательным с точки зрения будущей конкурентоспособности выпускника на современном рынке труда, его социальной защищенности, лучшей адаптируемости к изменениям экономической ситуации.

Реализация компетентного подхода предусматривает встречи в рамках учебных курсов с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов. Особенно активно это требование выполняется в рамках реализации учебных дисциплин «Техника и технология социально-культурного сервиса и туризма», «Технологии продаж туристских услуг и туристские формальности», «Технология и организация туристской анимационной деятельности», «Туристское краеведение» и др. Кроме того, для студентов заочного отделения преподавательском составе кафедры организуются экскурсии на предприятия туристской индустрии Атайского края – в гостиничные комплексы Барнаула, санаторно-курортные учреждения города Белокурихи, предприятия сферы питания, туристические базы и кемпинги («Стик-тревел», «Ая», «Манжерок», «Турсиб», «Золотое озеро», «Адару», «Царская охота» и др.).

Одним из основных требований работодателей, предъявляемым к выпускникам, является наличие опыта работы, который они могут получить в процессе прохождения учебных и производственных практики во время обучения в вузе. Поэтому качество проведения практик важно для всех участников этого процесса – студентов-практикантов, предприятий туристской инфраструктуры (будущих работодателей) и вуза. В результате качественно проведенных практик студент приобретает необходимые умения и навыки, а работодатель получает грамотных специалистов.

Учебная практика студентов заочного начинается со 2-го курса и ставит целью ознакомление студентов с основными предприятиями туристской индустрии (гостиницами, турфирмами, объектами экскурсионного обслуживания, питания и др.) и особенностями их обслуживания, работы с клиентской базой, документооборота и т.д.

На 3-м и 4-м курсах студенты проходят производственную практику. В процессе теоретической подготовки обучающиеся развивают профессиональные и личные качества, такие как доброжелательность, умение принимать решение, пунктуальность, необходимые для работы в сфере туризма. Во время прохождения практики студенты познают правила гостеприимства, приобретают первые навыки решения проблем, которые могут возникнуть в процессе работы, а также получают необходимые знания по делопроизводству и документообороту.

Учебные и производственные практики проводятся в Центре туристских и сервисных технологий АлтГУ, турагентствах г. Барнаула – «Охота», «Возрождение», «Пятница», «Спутник Алтая», «Автотур», «Ивантур» «Кочевник-тур»; туристических фирмах г. Бийска – «Вояж», «Вокруг света», «Глобус-тур»; государственных учреждениях и общественных организациях –

Управлении Алтайского края по развитию туристско-рекреационного и санаторно-курортного комплексов, Федерации рафтинга и спортивного туризма Алтайского края.

Ежегодно студенты, обучающиеся по направлениям «Туризм» и «Гостиничное дело», посещают турвыставку Сибирского региона «ТУРСИБ», которая проводится при поддержке Федерального агентства по туризму Министерства культуры Российской Федерации, Российского союза туриндустрии (РСТ) и администрации Новосибирской области.

Дополнительной возможностью получения практического опыта является и участие студентов в Международной туристской выставке «ИНТУРМАРКЕТ» – главной туристской выставке, официально поддерживаемой Федеральным агентством по туризму Министерства культуры Российской Федерации, а также другими федеральными службами и профессиональными организациями, способствующими развитию туристической индустрии в России. Посещение таких мероприятий способствует формированию представления о том, какие ниши турбизнеса освоились и как следует планировать тактику и стратегию туристским предприятиям. Также это позволяет будущим выпускникам участвовать в проведении научных исследований и выполнении инновационных разработок (проектов) в области туризма, принимать участие в разработке новых видов туристских продуктов.

Более значимую роль в современном образовательном процессе отводят дистанционному обучению. Как отмечает Сакун Л.В., практически во всех высших учебных заведениях в развитых странах мира, где готовят специалистов сферы туризма, обязательным компонентом образования является дистанционное обучение. Все современные формы дистанционного и диалогового образования широко представлены в сфере туристского образования, так как без современных технологий невозможна туристская деятельность вообще [Сакун, 2004]. В этой связи возможно развитие данной формы образования и на заочном отделении географического факультета АлтГУ в рамках реализации подготовки по направлениям «Туризм» и «Гостиничное дело».

Также в развитии туристского образования важное место занимает профессиография – технология изучения требований, какие ставит профессия в сфере туризма к личностным качествам, психолого-физическим способностям человека [Сакун, 2004]. Эта технология используется с целью обработки информационных, диагностических, коррекционных и формирующих методических пособий и практических рекомендаций относительно обеспечения взаимответственности человека и профессии. Использование профессиографии в процессе подготовки студентов по направлениям «Туризм» и «Гостиничное дело» будет способствовать более активному развитию определенных способностей будущих выпускников, повышающих эффективность их профессиональной деятельности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Бондарь И.И. Профессиональное образование на современном этапе развития // Культура народов Причерноморья. – 2012. – №232. – С. 231–233.

Чепик В.Д., Пироженов Н.Т., Зорина Г.И. Система непрерывного образования в туризме // Теория и практика физической культуры. – №8. – Москва, 2000.

Сакун Л.В. Теория и практика подготовки специалистов сферы туризма в развитых странах мира. – К. : МАУП, 2004. – 390 с.

УДК 378.14

ПРИМЕНЕНИЕ ПРОБЛЕМНЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ В ПРОГРАММАХ ФГОС ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ «СЕРВИС»

И.Б. Соболев, М.Н. Игнатенко

Рассматривается применение кейс-метода, как проблемного метода обучения студентов, обучающихся по направлениям подготовки «Сервис», приводится определение кейс-метода.

Ключевые слова: сервис, проблемные методы, кейс-метод, ситуация.

На сегодняшний день высшее образование стремится не только «дать знания» студентам на «воспроизводящем уровне», но и научить их применению, что особенно актуально в подготовке кадров для сферы сервиса. В этом могут помочь инновационные технологии в обучении, в том числе проблемные методы обучения.

Проблемные методы базируются на целевой установке «Не от знания к проблеме, а от проблемы – к знанию».

К достоинствам проблемных методов относятся:

- студенты включаются в активную интеллектуальную и практическую деятельность;
- формируются интеллектуальные умения;
- проблемное обучение дает более глубокие знания;
- проблемное обучение является естественным обучением.

Одной из новых форм проблемных методов обучения является проблемно-ситуативное обучение с использованием кейсов.

Кейс метод – это метод обучения, при котором студенты и преподаватели участвуют в непосредственном обсуждении деловых ситуаций или задач. Рассмотрим подробнее кейс технологии.

Внедрение учебных кейсов в практику российского образования в настоящее время является весьма актуальной задачей. Современное образование, как отмечают исследователи, стремится к следующим принципам: это принцип гуманизма, принцип творчества, принцип от знания к деятельности [Киященко, 2003]. Одним из путей осуществления этих принципов на деле на наш взгляд является профессионально-педагогическая культура, освоение, передача и создание педагогических ценностей и технологий [Исаев, 2002], одним из проявлений последнего является применение инновационных методов обучения, в том числе и кейс метода, который дает возможность реализовывать принцип гуманизма через выявление потенциалов природных задатков и дарований, навыков общения, принцип творчества через составление и нестандартное решение кейсов и учит как можно приложить теоретические знания студентов к их дальнейшей практической деятельности, реализуя, тем самым, третий принцип.

В настоящее время преподаватель не должен выступать в роли ретранслятора знаний. А должен активизировать мыследеятельность обучаемого, так как человек усваивает 10% из того что слышит, 50% из того что видит, 70% из того что проговаривает, и 90% из того что делает сам [Валиулина, 2008]. Как раз активизировать деятельность обучаемого может ситуационный метод обучения, по-другому кейс метод.

Кейс упражнения встречаются после каждой главы обучающих пособий по менеджменту, организационной и корпоративной культуре, но как не странно их еще нет для других гуманитарных специальностей, например сферы сервиса.

Своими корнями кейс-метод уходит в Harvard Business School (HBS) в Бостоне. Преподаватели этого вуза в 1908 году (по другим источникам в 1869 г.) отказались от традиционных

лекций. В Германии этот метод нашел распространение особенно при подготовке менеджеров, а также на экономических факультетах вузов.

Под ситуацией (кейсом) понимается письменное описание какой-то конкретной реальной ситуации. Обучающихся просят проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них.

Материалы для кейсов можно найти в средствах массовой информации, специализированных журналах, должностных инструкциях водителей, правилах перевозки пассажиров на различных видах транспорта, научных статьях, монографиях, личном опыте работы в туризме и т.д.

В ходе проведения семинарских занятий нами осуществлялось применение кейс метода для преподавания дисциплины «Профессиональная этика и этикет» у студентов очного отделения, и применение данного метода для итогового контроля знаний студентов очного отделения, обучавшихся по этому методу и студентов заочного отделения, не обучавшихся по этому методу. После чего результаты тестирования обеих групп сравнивались.

Работа с кейс методом со студентами очного отделения выглядела следующим образом: Процесс работы с кейсами и их решения проводился в трех формах (вариантах):

На первом занятии рабочим группам выдавались карточки с заданием: «Совместными усилиями группы студентов проанализировать ситуацию «кейс», возникающую при конкретном положении дел, и выбрать практическое решение... (далее шел один из разработанных кейсов)» Студенты подгрупп анализируют ситуацию, после чего представители каждой подгруппы озвучивали кейс и пути его решения, которые они предлагают, велось обсуждение решений в группе, поиск наиболее подходящих, преподаватель направлял ход обсуждения в нужное русло и зачастую студенты сами приходили к правильным ответам.

Вторым вариантом работы с кейсами для нас стало объединение этого метода с методом ролевых игр [Шнейдерман, 1989]. Первоначально группа делилась на 3 подгруппы, одна из которых выступала в роли докладчика (она решала кейс), другая в роли оппонента (она знала правильные ответы и задавала наводящие вопросы если требовалось и выясняла почему докладчики приняли именно эти решения), третья группа выступала в роли жури, оценивая работу двух других групп.

Третьим вариантом работы с кейс методом стало разделение группы на рабочие группы по 5 человек, выдача им карточек с кейсами, решить которые внутри группы нужно было за 5 минут, в это же время в подгруппе распределялись роли и каждая подгруппа инсценировала для всех кейс (проблему) и путь выхода из нее, который они нашли, после чего велось обсуждение.

Поскольку субъективные оценки, как правило выше полученных методом объективного тестирования [Лисовец, 2002], то итоговой проверкой знаний по курсу стал, разработанный нами гомогенный тест (система заданий возрастающей трудности)

Этот тест в своем последнем вопросе содержал ситуации кейс. Выявилась тенденция, что студенты очного отделения, которые работали с кейсами развернуто решили кейс, а студенты заочного отделения, столкнувшиеся с кейсом впервые ответили кратко, одновариантно или не решили кейс вовсе.

Таким образом, будучи проблемным методом обучения, кейс метод завоевывает позитивное отношение со стороны студентов, которые видят в нем возможность проявить инициативу, почувствовать самостоятельность в освоении теоретических положений и практических навыков [Гайнанова, 2007].

Использование кейс метода позволяет совершенствовать навыки учебной деятельности, применяя на практике теоретический материал, дает навыки решения проблем, с которыми можно столкнуться в реальной жизни. Этот метод так же активизирует комплекс знаний, который необходимо усвоить, и носит обучающий характер даже во время контроля знаний.

Так же кейс метод развивает у студентов способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение формировать свою позицию и ее защищать, воспринимать и оценивать информацию, воспитывает уверенность в себе и соблюдение норм и правил общения [Кунгурова, 2008].

Кейс-технологии способствуют развитию самостоятельного мышления, готовности к плодотворной профессиональной деятельности, а также инициативности и самостоятельности [Валиулина, 2008]. Еще одним плюсом кейс метода является то, что он формирует интерес и позитивную мотивацию к учебе, что в конечном счете развивает нравственные качества личности [Куксина, 2009].

Таким образом, проблемные методы обучения кадров для сферы сервиса, необходимы для совершенствования профессиональных знаний, выработки способности у студентов анализировать типичные и нестандартные ситуации в сфере сервисной деятельности, искать пути их решения и повышения качества образования в целом.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Киященко Н.И. Философия, культурология и стратегия образования : материалы VII региональной научно-методической конф. АГУ «Новые технологии в сфере гуманитарного образования». – Барнаул, 2003. – 160 с.

Исаев И.Ф. Профессионально-педагогическая культура преподавателя – М. : АСАДЕМА, 2002. – 207 с.

Валиулина О.П. Самостоятельная работа студентов как элемент целостного педагогического процесса : материалы научно-практ. конф. «Предпринимательство: региональные приоритеты и перспективы развития – 2008». – Барнаул, 2008. – С. 48–51.

Шнейдерман М.И., Травин Д.Я. Ролевая игра на семинарах... : сб. ст. // под ред. Марченко Л.Г. «Использование активных методов обучения при подготовке и переподготовке специалистов». – Ленинград, 1989.

Лисовец А.В. Методы и алгоритмы мониторинга знаний студентов в учебном процессе профессионального образования : автореф. дисс. канд. пед. наук. – Барнаул, 2002.

Гайнанова А.Р. Возможности технологии кейс-стади при подготовке студентов... : сб. науч. ст. «Современные образовательные технологии в подготовке педагога к реализации воспитательной функции». БПГУ, 2007. – С. 29–36.

Кунгурова О.Ф. Ситуационный метод обучения как средство осмысления реальных проблем политической жизни общества : материалы науч.-практ. конф. «Предпринимательство: региональные приоритеты и перспективы развития – 2008». – Барнаул, 2008. – С. 98–103.

Куксина Е.Б. Использование современных педагогических технологий в деятельности музея истории БПГУ им. Шукшина (аксеологический аспект): [методические рекомендации]. – Бийск : БПГУ, 2009. – С. 9–10.

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПРИГРАНИЧНОГО И ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

УДК 338.48:796.51(517)

TOURISM ACTIVITY OF "ALTAI TAVAN BOGD" NATIONAL PARK IS INFLUENCING THE REGIONAL DEVELOPMENT

Ser-Od Tsedevdorj

Bayan-Ulgii province especially National Protected Area such as Tavan Bogd, Tsambagaraw, Dewliin Aral and Siilhemiiin Range are attracted very much tourists interests. Most of tourists' goal is in order to interest native attitude of nature, custom of various nationality and their lifestyle. According to the research, over 1200 tourists came in Bayan-Ulgii in 2012. 80 percent of them visited in the Altai Tavan Bogd National Park and rest of them travelled in Tsambagaraw and other beautiful sights. The main tourism type which is carrying out in the Mongol Altai range National Protected Area is to interest native beautiful attitude of nature, to climb, to catch a fish in rivers and lakes, hiking and travelling by horse and these tourism activity is developing rapidly.

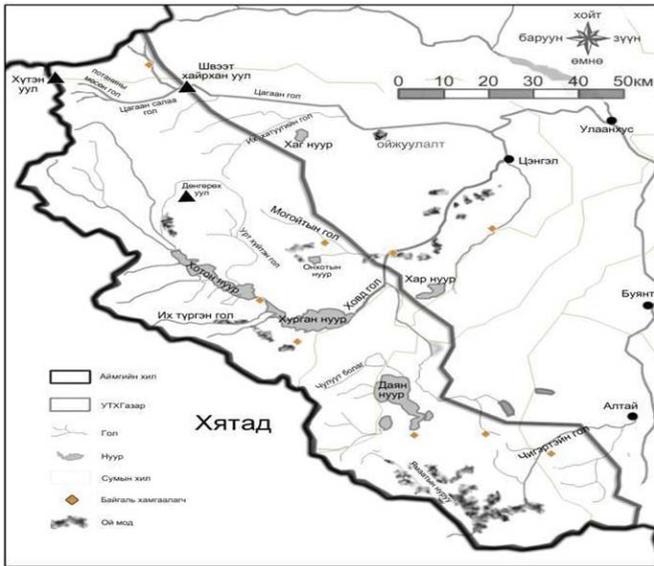
Key word: The National Park, advantages, disadvantages, possibilities to develop, tourist camp

Introduction

Geographical condition of "Altai Tavan Bogd" National Park. Altai Tavan Bogd National Park is located in the western part of Mongolia along the country's border covering the area of Ulaankhus, Tsengel, Sagsai and Altai. This region is main part of Mongol Altai Range and it has high mountain ecosystem, snow-capped mountain and glaciers. Also, the area is inhabited by some endangered animals and plants.

"Altai Tavan Bogd" National Park

It covers an area of 636,000 hectare and the park stretches along the border 200 km to the south west and its width is from 50 to 80 km. It has cool climate due to 70% of Special Protected Area is from 2000 to 3000 m above sea level and rest part of this area is higher than 3000 m above sea level. It is discovered clearly the natural order of geographical vertical zoning and it is dominated the semi-desert landscape through the valley and depression between mountains. It spread dry steppe landscape on the lower part and high mountains meadow and tundra landscape on the top part of the mountains. The high mountains such as Tavan Bogd, Dongorokhiin Tsast, Rashaanii Ikh Uul, Ondor Khairkhan and Tsagaan Khairkhan are located in the Special Protected Area. Moreover, Mongolian four biggest glaciers such as Potanin, Aleksandr, Grane and Kozlow are in it. However, in recent years, the square of these glaciers is greatly reducing due to the global warming, climate change and precipitation level.



This National Park has a lot of pure water resources and 300 lakes especially Khowl river’s source and its mouth of a river which is included in internal-drainage area of Central Asia, Yamaat, Yolt rivers of Khar Erchis, and lakes of Khoton, Khurgan, Dayan and Khar. There is a hot springs “Aksu” in Rashaan high mountain and it is +38 degrees. It has continental climate, so it snows early and then melt late. The precipitation level is 400–500 mm. Maximum temperature is +18 +23 degree in summer, and -32-37 degree in winter.

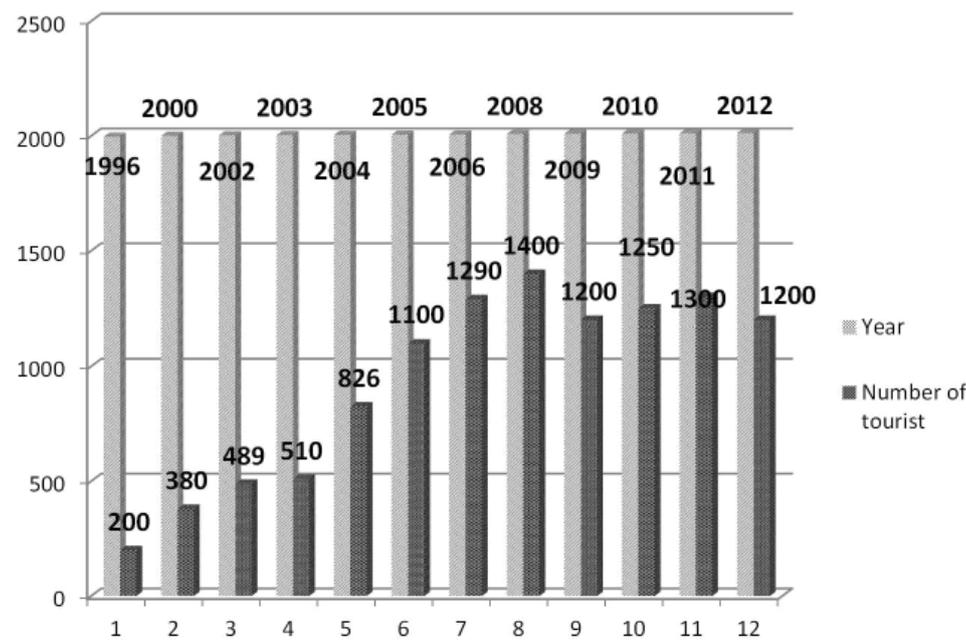
Research materials, methodology:

We researched or concluded to compare the following researches and materials such as statistical data of Environment and Tourism Organization in Bayan-Ulgii, other public administrative tourism organizations, the research of domestic and foreign scientists, observation and research materials which was done Altai Tavan Bogd National Park by with researchers of the University of Sankt-Peterburg from 28th of July to 18th of August, 2013.

The result of research

1. The current situation of Bayan-Ulgii province’s tourism

The facts and data which means “How many tourists have travelled in Bayan-Ulgii” are very rare but there is a bulletin of travelled tourists in Bayan-Ulgii according to the information of General Office of Border Defense. It shows in the following graph.



The number of tourists who travelled in Bayan-Ulgii

According to this graph, tourists number is increasing in recent years and tourists number has increased 6 times comparing 1996 with 2012. Moreover, there are not any general registrations and accounting about how many people travelled in here in order to which goals, tourism income, and the country’s people that how to participate in tourism.

I’ll try to determine the several basic conditions about “How is the tourism development of Bayan-Ulgii and in the further how to develop it?”

Tourist camp. There are 6 tourist camps with 42 gers in Bayan-Ulgii in 2012. These tourist camps have a capacity which will simultaneously receive 310 tourists. Some tourist camps are not appropriate for service quality and standard but other camps carry out its own activity with “National Geographic” magazine which receives tourist from the USA, France, England, Sweden, Japan, Russia, Hon Kong, and Israel.

Organization’s name	Camp’s name	Location		Capacity	
		Soum, bag	Distance (км)	Number of ger	Bed number
“Sayhat” co., ltd	Sayhat	Ulgii soum	23	Гэр-3	25
“Blue wolf” co., ltd	Blue wolf	Sagsai soum	23	Гэр-15	45
“Zoost” co., ltd	Zoost camp	Buyant soum	60		120
“Ahih” co., ltd	“Ahih”	Ulgii soum	26	Гэр-10	40
“Eagle tour” co., ltd	Eagle	Ulgii soum	25	Гэр-8	30
“Aksu” co., ltd	“Aksu” camp	Tsengel soum	220	Байр-10 Гэр-4	35 16

2. Tourism of Altai Tavan Bogd National Park



From this chart, three camps are in the center of province and two camps are near the province. The most of tourist camps are centralized in the center of province. There are not any tourist camps in Altai Tavan Bogd National park which was visited by many tourists. It may be influenced negatively the further tourism development and the numbers of tourists. “Blue Wolf” tourist camp organized in 1998 and they received over 2000 tourists from 2003 to 2012. “Altai Tour” tourist camp has carried out their activity since 1995 and they have organized the festival of “Eagle” since 2000. The festival of “Eagle” was a national event due to it was organized in Ulaanbaatar since 2009.

Hotel. There are 7 hotels with 150 beds in Ulgii city but some of them don’t service for tourists. Also, these hotels are not appropriate for quality and standards.

Most of the tourists are travelling around Tavan Bogd, Khoton, Khurgan, Dayan, Sirgali, Ikh Oigor of Altai Tavan Bogd National Park. Tourists whose goal is to catch a fish travel in lakes of Dayan, Khoton and Khurgan. To travel through these area costs very much. There are many advantages and it is possible to develop at the international level using it properly. Moreover, it is observed that there are a lot of disadvantages such as there are a few researches about tourism, travelling service is bad,

they cannot organize festivals very well and they don't determine properly the policy of marketing and management. According to the observation, If these two problems are decided, it is possible to develop tourism in the future.

Conclusion

- In recent years, negative impact which creates from tourism trends to increase. So we need to develop responsible tourism.
- The country's population will be participated in tourism of Altai Tavan Bogd National park and will be improved citizen's livelihood.
- It is possible to develop special interests travelling and others. For this:
 - Travelling by ship through rapid stream river
 - Home stay travel \to introduce Kazak home\
 - Travel with bike through mountain
 - Travel to observe rock painting
 - Photo safari
 - Travel to climb
 - Travel to observe birds and flowers
 - Religion tourism
 - Event tourism
- The tourism organizations need to improve all service marketing and management (transport service, food service, location equipments service, guide service, medical insurance service and so on) and to follow the standards.
- At first, we need to research domestic market very well and then we need to do an advertisement to the foreign market.
- It is a very important to account numbers of tourists and income. Also it is a main factor to determine tourism development. So we need to carry the number of tourists who come in and pass through this area yearly and monthly.

REFERENCES

- Statistics brochure of Tourism 2007. №3.
 An implementation of Millennium Development Goals in Bayan-Ulgii. 2009.
 Tourism Study / Scientific Studies / 2011
 Research of TESIS, 1998.
 Magazine "Sustainable Tourism" №11, №17.
 Chinguun.G. Tourism management .
 Development programme of Bayan-Ulgii / 2010–2021 /
 Statistics data of Bayan-Ulgii / May-November, 2010 /

УДК 796.51

ВЛИЯНИЕ МЕСТНОГО ПРИГРАНИЧНОГО ПЕРЕДВИЖЕНИЯ НА РАЗВИТИЕ ТРАНСГРАНИЧНОГО ТУРИЗМА МЕЖДУ РЕСПУБЛИКОЙ ПОЛЬША И КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТЬЮ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Р. Анисевич, Т. Пальмовский, И.И. Драгилева

Рассматриваются тенденции формирования трансграничных связей в сфере туризма между республикой Польша и Калининградской областью РФ, приведён анализ туристских потоков

Ключевые слова: трансграничное сотрудничество, туристский сектор, приоритеты развития

Для Калининградской области развитие разнообразных форм трансграничного сотрудничества – важнейший фактор преодоления недостатков эксклавности и использования выгод соседства со странами ЕС. Развитие Калининградской области как российского эксклава внутри новых границ Евросоюза в последнее время вошло в перечень приоритетных проблем. Особый интерес вызывают такие вопросы, как совершенствование приграничной и транспортной инфраструктуры, гармонизация процедур таможенного контроля, выравнивание социально-экономического положения.

Существующее польско-российское сотрудничество осуществляется на основе действующих правовых документов утвержденных на межгосударственном уровне. Основными правовыми актами, регулирующими эти взаимоотношения являются: Договор между Российской Федерацией и Республикой Польша о дружественном и добрососедском сотрудничестве от 22 мая 1992 года, Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Республики Польша о сотрудничестве Калининградской области Российской Федерации и северо-восточных воеводств Республики Польша от 22 мая 1992 г., а также Договор между Правительством Российской Федерации и Правительством Республики Польша о трансграничном сотрудничестве от 2 октября 1992 г. В вышеперечисленных документах отражены основные аспекты взаимодействия сторон – это создание благоприятных условий для непосредственных контактов на региональном уровне, особенно для северо-восточных воеводств Республика Польша и Калининградской области РФ. В документах говорится также, что стороны приложат все усилия к разрешению возможных спорных вопросов, затрудняющих трансграничное сотрудничество, уполномочивая региональные и местные власти заключать между собой соответствующие соглашения.

В рамках создания структур, поддерживающих трансграничные контакты, были определены полномочные представители по вопросам трансграничного сотрудничества, а также создан рабочий орган полномочных представителей – Российско-Польский совет по сотрудничеству Калининградской области РФ и регионов Республики Польша. Одна из его задач – привлечь к взаимодействию органы местного самоуправления и другие субъекты, заинтересованные в сотрудничестве, освещать различные проблемы взаимодействия, а также предлагать их решение с целью улучшения трансграничной кооперации.

После введения в Европе Шенгенской зоны 25 государств гарантировало свободу перемещения лиц. Эти государства отменили контроль на внутренних границах, одновременно устанавливая внешнюю границу Шенгенской зоны. Вместе с отменой пограничного контроля произошла унификация визовых процедур, в том числе и правил выдачи виз гражданам третьих стран.

В рамках процесса адаптации к визовой политике европейского сообщества Польша и Литва отменили визы для граждан тех государств, для которых действует режим безвизового передвижения с Европейским союзом. В то же время Республика Польша и Литовская Республика ввели

визовый режим для граждан государств, у которых нет таких соглашений с ЕС, в том числе для России, Украины и Белоруссии. Республика Польша вместе с Литвой, Латвией, Эстонией, а также другими странами, которые вступили в Европейский союз, начала полностью применять шенгенские правовые нормы в конце 2007 г.

С 21 декабря 2007 года Шенгенская зона, т.е. территория, на которой не действует пограничный контроль, расширилась на 9 государств, в том числе на Республику Польша, Литву, Латвию и Эстонию. Расширение шенгенского соглашения существенно повлияло на контакты и трансграничное сотрудничество Калининградской области с соседними государствами Литовской и Польской республиками.

Предполагалось, что основными и непосредственными результатами расширения Шенгенского соглашения может быть снижение интенсивности передвижения лиц, особенно в первом периоде, а также появление социально-экономических трудностей в приграничных регионах. Чтобы снизить болезненность и потери, ожидаемые после введения новых правил, в компетенции каждой страны были оставлены возможности введения определённых льгот и упрощений.

Жители Калининградской области, которые до 1 июня 2007 г. имели право на бесплатную визу, в соответствии с соглашением, заключённым 25 июня 2006 г. в Сочи между Российской Федерацией и Европейским Сообществом, с 1 июня 2007 года должны вносить визовый сбор в размере 35 евро. Такой же сбор должны вносить поляки и литовцы, желающие получить российскую визу.

Следствием введённых оплат был тот факт, что в июне 2007 г. количество виз, выдаваемых польским консульством в Калининграде, уменьшилось в три раза по сравнению с предыдущим месяцем. Снижение интереса жителей Калининграда к поездкам в Республику Польша чётко отразилось на местных туристических фирмах, которые отметили спад интереса к двухтрёхдневным поездкам в Гданьск, достигавшим иногда даже 80% общего турпотока. Подобная ситуация имела место и в отношениях Калининграда с Литовской Республикой.

В качестве примера можно привести ситуацию в пункте пропуска Мамоново-Гроново. Перед вступлением Польши в Шенгенскую зону в этом пункте пропуска границу пересекало в среднем от 2,5 до 5 тысяч человек. Введение виз между Республикой Польшей и Российской Федерацией затруднило и ограничило ведение мелкой торговли, которая годами являлась одним из способов смягчения социально-экономических проблем приграничных районов, что в итоге привело более чем к двукратному сокращению количества пересечений границы.

Однако после периода адаптации движение на польско-российской границе стало систематически возрастать, и в 2012 г. количество пересечений границы превысило четыре миллиона человек, что видно из таблицы 1.

Таблица 1

**Количество пересечений границы Польши с Калининградской областью
Российской Федерации в 2007–2012 гг.**

Годы	Пересечения границы в тыс. чел.						
	Всего	Поляки			Иностранцы		
		Всего	Из Польши	В Польшу	Всего	Из Польши	В Польшу
2007	2910,5	1479,9	727,0	752,9	1430,6	718,0	712,5
2008	1915,6	1128,7	556,3	572,5	786,9	401,1	385,8
2009	1276,3	572,2	283,3	289,0	704,1	364,7	339,4
2010	1451,5	535,5	267,9	267,7	915,9	484,2	431,7
2011	2373,5	1020,2	495,8	524,4	1353,3	684,8	668,5
2012	4073,1	2052,2	1017,6	1034,6	2020,9	1005,6	1015,4

Источник: www.strazgraniczna.pl

В октябре 2007 г. были начаты переговоры комитета по вопросам внешних отношений ЕС и Совета государств Балтийского моря с российской стороной, во время которых ЕС подтвердил готовность ввести специальный порядок пересечения границ Республики Польша и Литовской Республики в форме местного приграничного передвижения для жителей территорий, расположенных в 30-ти километровой полосе по обеим сторонам границы. Однако оказалось, что в области остаётся относительно узкая территория, на которой находится и сам Калининград, не попадающие под действие соглашения, что означало, что большая часть населения Калининградской области не сможет воспользоваться предложенным порядком. Поэтому российское правительство внесло предложение, чтобы местное приграничное передвижение действовало на территории 50 км от границы с Республикой Польша и Литовской Республикой.

В 2009 г. Было принято решение, что Республика Польша и Литовская Республика совместно с Российской Федерацией обратятся в Европейскую комиссию, чтобы включить всю Калининградскую область в зону местного приграничного передвижения. Предусматривалось, что расширенная зона на принципах взаимности появится также с польской и литовской сторон. Однако Литовская Республика отказалась от данной инициативы. Это было связано с тем, что Российская Федерация не подписала ранее согласованное соглашение о безвизовом перемещении в 30-ти километровой приграничной полосе. Сомнения Литовской Республики были также связаны с опасениями, что после включения в местное приграничное передвижение всей области, с литовской стороны действие местного приграничного передвижения будет распространяться на слишком большую часть страны.

В апреле 2010 г. Республика Польша и Российская Федерация обратились в ЕС с предложением о включении всей Калининградской области в зону местного приграничного передвижения. Проект получил также поддержку Германии и в 2011 г. он был принят ЕС. По мнению Европейской комиссии, предложенное решение является исключением в европейском масштабе, оно вытекает из обособленного положения Калининградской области по отношению к основной территории Российской Федерации. Признание всей области приграничной территорией позволяло предотвратить искусственное разделение данного региона, а также облегчало экономический и культурный обмен. Польско-российское предложение утвердил Совет ЕС и Европейский парламент и оно вступило в силу 27 июля 2012 г.

Соглашение о местном приграничном передвижении включает всю территорию Калининградской области, а с польской стороны часть Поморского воеводства (включая трехградье Сопот, Гданьск и Гдыню), а также часть Варминьско-Мазурского воеводства (включая Эльблонг и Ольштын) (рис. 1).

Согласно Соглашению жители Калининградской области, которые проживают в данном регионе как минимум три года, за 20 евро могут получить специальную карточку на период от двух до пяти лет. Они могут находиться на той территории Польши, где действует местное приграничное передвижение 30 дней, но не дольше, чем 90 дней в течение полугода.

Карточка не позволяет устраиваться на работу и вести экономическую деятельность на территории Польши. Жителям Калининградской области карточка, после подачи соответствующего заявления, выдаёт визовый центр Республики Польша в Калининграде, а полякам, желающим поехать в Калининград – посольство РФ в Варшаве и Генеральное консульство РФ в Гданьске. Пересечение границы в рамках местного приграничного передвижения может осуществляться исключительно на сухопутных (автомобильных и железнодорожных) пунктах пропуска.

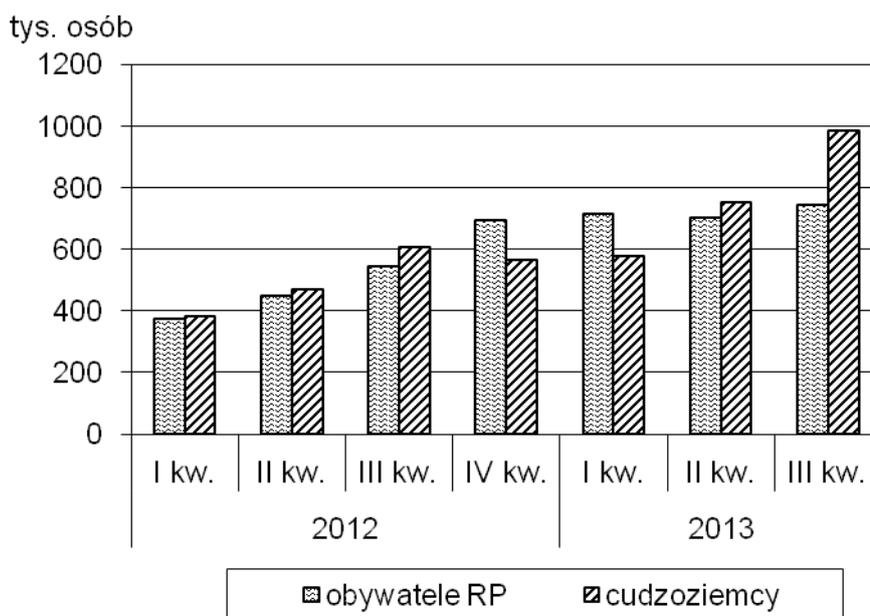
По мнению россиян, введение упрощений, касающихся поездок, для жителей Калининграда было лишь первым шагом на пути отмены виз для граждан всей Российской Федерации. Российское правительство уже давно настаивает на либерализации визового режима с ЕС.

Развивающиеся контакты жителей Калининграда с соседями, входящими в ЕС, ещё до введения местного приграничного передвижения указывали на то, что введение упрощений в данной сфере до конца июля 2012 г. приведёт к необычайному динамизму в этих отношениях. Именно

так и произошло. К середине ноября российско-польскую границу пересекло более 5 млн человек, из них 2,5 млн – путешественники из Польши, а 2,8 млн человек – калининградцы. До конца первого квартала 2013 г. больше поляков пересекало границу, а со второго и в третьем квартале 2013 г. число иностранцев, прежде всего направляющихся в Польшу россиян, выросло, как показано на рисунке 2.



Рис. 1. Территория действия Соглашения о местном приграничном передвижении между Калининградской областью и приграничными территориями Республики Польша



Источник: собственный анализ материалов с сайта www.strazgraniczna.pl

Рис. 2. Пересечение российско-польской границы поляками и иностранцами (включая российских граждан) в 2012 г. и в первых трёх кварталах 2013 г. (тысяч человек)

В пунктах пропуска возрастает группа путешественников, в основном россиян из Калининграда, которые пересекают границу на основании документов местного приграничного передвижения (рис. 3 и 4).

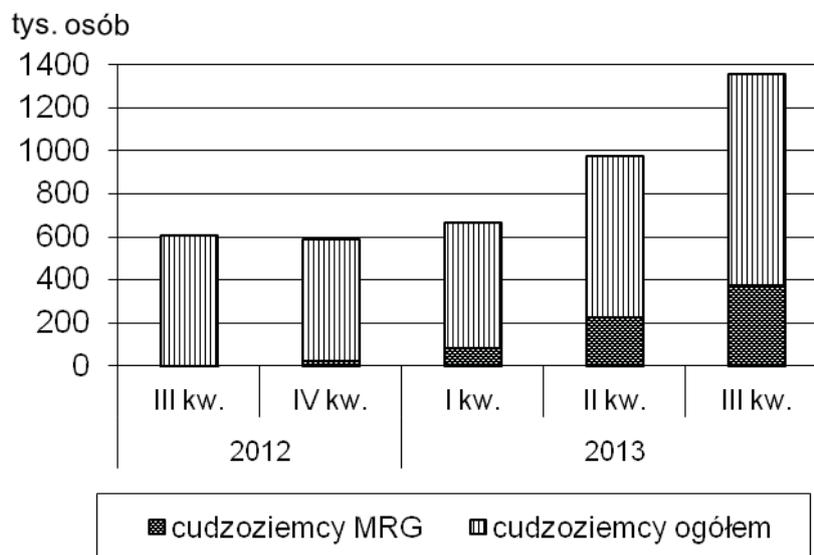
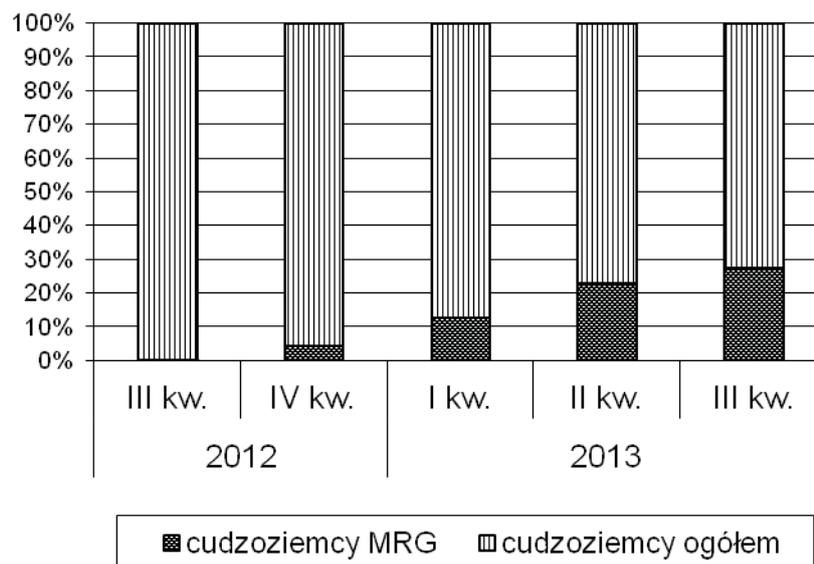


Рис. 3. Число пересечений польско-российской границы иностранцами, в том числе на основании документов местного приграничного передвижения (1000 человек)



Источник: собственный анализ материалов с сайта www.strazgraniczna.pl

Рис. 4. Структура пересечений польско-российской границы иностранцами, в том числе на основании документов местного приграничного передвижения

Поездки жителей Калининграда кроме коммерческого характера, носят туристический характер (активный, познавательный, медицинский туризм и т.п.). Группы калининградцев приезжают на спортивные и культурные мероприятия, в том числе музыкальные концерты, проходящие на новом гданьском стадионе “BalticArena” или в зале “ErgoArena”. Органы местного самоуправления повятов, входящих в зону местного приграничного передвижения, отмечают заметное оживление экономики и торговли на своей территории. Жители области пользуются

более низкими ценами на продовольственные товары, одежду и мебель. Поляки, в свою очередь, покупают более дешёвый бензин и табачные изделия.

Калининградская область обладает особенно выгодными природно-климатическими и культурными условиями для развития туризма. Калининградское побережье относится к немногочисленным приморским регионам России, которые благоприятствуют летнему отдыху. Природные условия и соответствующая инфраструктура способствуют тому, что туризм является одним из приоритетных направлений развития экономики области. Уже в 1996 г. калининградские специалисты Г. Фёдоров и В. Корнеев провели классификацию основных сфер развития области, учитывающих межрегиональные, национальные, региональные и локальные интересы (табл. 2).

Таблица 2

Приоритеты регионального развития Калининградской области

Главные секторы развития	Межрегиональные	Национальные	Региональные	Локальные	Отраслевые
Транспортная сеть, в т.ч.:					
а) дороги	***	*	***	**	***
б) железные дороги	**	*	**	*	**
с) порты	*	***	***	**	**
д) аэропорты	*	*	**	*	*
Туризм и рекреация	**	*	***	**	*
Энергетика	*	**	**	*	*
Сельское хозяйство	*	*	***	***	***
Рыболовство	*	*	***	***	***
Целлюлозно-бумажная промышленность	*	*	**	**	**
Социально-экономическая ситуация	**	**	***	***	**
Сбалансированное развитие городов	**	**	**	***	*
Развитие сельского хозяйства	**	*	**	***	*
Конверсия военной промышленности	**	-	*	-	-
Демилитаризация	***	-	**	**	*
Охрана окружающей среды	***	*	**	**	-
Специальная экономическая зона	**	-	***	***	**
Трансграничное сотрудничество	**	-	***	**	*
Всего	31	18	41	35	26

***самые высокие приоритеты, **высокие приоритеты, *низкие приоритеты, – отсутствие приоритета
Источник: Г. Федоров, В. Корнеев, 1996, стр. 47.

Представленная таблица иллюстрирует не только различия в интересах, но и принципиальные противоречия и конфликты интересов, в особенности на уровне Российской Федерации и калининградского эксклава и указывает также на необычайно высокую роль трансграничного сотрудничества, а также туризма, рекреации и охраны окружающей среды.

Морской климат, песчаные пляжи на Вислинской и Куршской косах, а также лечебные минеральные воды и грязи позволили разместить в приморской зоне санаторно-курортную зону. Основными центрами отдыха и лечения являются курортные города Зеленоградск, Светлогорск и Пионерский. Здесь размещаются многочисленные санатории, отели, дома отдыха, турбазы и пансионаты. Данная территория включена в план развития курортной зоны.

С начала 90-ых годов XX века значительно изменилась структура туризма в Калининградской области. Заметны также изменения туристической инфраструктуры. Выросло качество оказываемых услуг, которое во многих отелях и домах отдыха не уступает самым высоким европейским стандартам.

Изменения произошли также и в организации туризма. Появилось более 100 туристических компаний, занимающихся организацией экскурсий и поездок по территории области, в другие регионы России и за границу. Внесение Калининградской области в список туристических маршрутов балтийской Европы и развитие бизнес-туризма повлияло на рост туристической инфраструктуры высокого стандарта. Это нашло отражение в резком росте числа отелей и домов отдыха. Только в 2000–2005 гг. в области открылось 24 отеля и дома отдыха на 700 мест.

Произошли также качественные изменения в уровне оказания услуг средствами размещения. Отели, как новые, так и старые, прошли «курс омоложения» соответствующих реконструкций и соответствуют всем стандартам. Появились также небольшие, камерные пансионаты. Подобного рода изменения коснулись, прежде всего, Калининграда, курортов Светлогорска и Зеленоградска и некоторых небольших приграничных городов, таких как Советск и Багратионовск.

В последние годы туристический сектор развивается в области достаточно динамично. В 1997–2008 гг. число туристов, которые посетили регион, возросло со 165 тыс. до 520 тыс. человек. Три четверти из них – это были россияне. В последующие два года отмечалось снижение числа гостей до 420 тыс. в 2010 г. (табл. 3).

Таблица 3

Туристы в Калининградской области в 2004–2010 гг.

Годы	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Российские туристы	240	257	284	308	425	312	367	394	402
Иностранные туристы	71	76	82	88	95	78	53	56	55
Всего	311	333	366	396	520	390	420	450	467

Источник: собственный анализ материалов Правительства Калининградской области.

В рекордном 2008 г. область посетили 520 тыс. человек, из них 77% – это были российские туристы. В 2010 г. туристские потоки после общемирового финансового кризиса стали восстанавливаться и число российских туристов составило 367 тыс., т.е. более 85% всех гостей. Половина из этого количества была представлена жителями области, а вторая половина – туристами из разных регионов России. Среди российских туристов большинство составляют туристы из Москвы, Санкт-Петербурга, Смоленской и Мурманской областей, а также из регионов Сибири и Урала. Среди иностранных туристов преобладают туристы из Германии (около 50%), Польши (около 18%), Балтийских стран (15%), Скандинавских стран (9%), Белоруссии (4%). По оценкам рост туристских потоков, в том числе благодаря малому приграничному движению, в 2013 году может составить до 10%.

Международный туризм начал развиваться после 1991 г., когда область была открыта для иностранцев. Каждый год в область приезжало 60–70 тыс. гостей из-за границы. Самое боль-

шое число заграничных туристов было отмечено в 2008 г., когда приехало 95 тыс. иностранных гостей. В последующие годы произошло значительное снижение заграничных визитов, до 53 тыс. в 2010 г. с незначительным ростом в 2012 г. до 55 тысяч. По причине типичной для Балтики сезонности, заполняемость отелей в области достигает 100% в летний сезон (с мая по сентябрь) и 30–40% по окончании сезона.

Новой формой отдыха в области становится агротуризм. На настоящий момент создано около 70 агротуристических хозяйств, в основном в Зеленоградском, Полесском, Славском и Нестеровском районах. Они принимают как россиян, так и иностранных гостей. Здесь используется опыт, полученный в Польше.

Планы развития туризма предполагают дальнейший рост количества мест для отдыха в приморской курортной зоне, в Калининграде, на Куршской и на Вислинской косах, на южном берегу Калининградского (Вислинского) залива, на южном и восточном берегах Куршского залива, в районе Виштынецкого озера, а также в долинах рек Лава, Преголя, Шешупе и Неман.

Аэропорт Храброво и развитая дорожная сеть облегчают доступ к приморской зоне, благоприятствуют развитию туризма. Планируется, что в домах отдыха в этой части области должно быть 34 тыс. круглогодичных мест и 90 тыс. – сезонных. Вместе с туристами, приезжающими на короткий срок, в летний сезон здесь может пребывать одновременно более 200 тыс. гостей. Курортные города – Зеленоградск, Светлогорск и Пионерский – будут и дальше развиваться как главные центры туризма, отдыха и лечения.

Перспективными направлениями развития туризма в Калининградской области являются экологический, сельский, лечебно-оздоровительный, деловой, а также отдых связанный со СПА услугами, рыбалкой на реках и озерах области и охота. Привлекательными видами отдыха остаются курортный туризм на побережье, ностальгический и познавательный туризм, рассчитанные на российских и иностранных гостей.

Развитие трансграничного сотрудничества, в том числе местного приграничного передвижения, несмотря на то, что пока до сих пор не повлияло значительным образом на рост посетителей в наиболее привлекательные туристические места Калининградской области из Польши, потенциально представляет такую возможность. Данный регион, как и вся Россия, для средне-статистического туриста из Польши, является достаточно дорогим. Однако по мере облегчения визовой системы, развития транспорта и туристической инфраструктуры роль туризма демонстрирует возрастающие тенденции. Существенным фактором тут может быть дальнейшее динамичное развитие трансграничного сотрудничества, в том числе и в сфере туризма.

Развитие трансграничных связей и участие в различных формах приграничного сотрудничества является важным инструментом преодоления негативных последствий периферийности приграничных территорий. Поэтому изучение опыта развития трансграничных связей и малого приграничного движения между Польшей и Россией поможет скорректировать региональные программы развития, в том числе в сфере туризма, а также сформировать предложения, которые представляются особенно актуальным для других приграничных регионов России.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Корнеевец В.С. Формирование трансграничных мезорегионов на Балтике. – Калининград : Изд-во РГУ им. И. Канта, 2010. – 80 с.

Fjodorow G., Korneevets V., 1996, Multilevel interests for the Development of the Kaliningrad Region as an Enclave Territory of Russia, IÖR Schriften, nr 17, Dresden.

Fiedorow G., Korneevets V., Zwieriew J., 2007, Obwód Kaliningradzki, [w:] T. Palmowski (red.), Pogranicze polsko-rosyjskie. Problemy współpracy transgranicznej z Obwodem Kaliningradzkim, Gdynia–Pelplin.

Fedorow G., Korneevets V., Zwerev Y., 2011, Kaliningrad oblast of Russia in the transborder region south-eastern Baltic, Coastal Regions 19, University of Gdańsk, Gdańsk–Pelplin.

Kropinova E., Bruce D., 2009, A new Russian window to the West: the Province of Kaliningrad, [w:] J.Ch. Holloway, The business of tourism, FT Prentice Hall, Financial Times, London–New York–Boston.

Palmowski T., 2008, Problemy współpracy transgranicznej Trójmiasta z Obwodem Kaliningradzkim, [w:] A. Ignasiak-Szulc i W. Kosiedowski (red.), Problemy współpracy gospodarczej w Regionie Bałtyckim w kontekście integracji europejskiej, Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierowania „Dom Organizatora”, Toruń.

Palmowski T., 2010, Problems of cross-border cooperation between Poland and the Kaliningrad Oblast of the Russian Federation, Quaestiones Geographicae, 29 (4), Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.

Palmowski T., Anisiewicz R., 2003, Development of new form of co-operation between the Tri-City and Kaliningrad district, [w:] T. Palmowski, G. Fedorov, V. Korneevets (eds.), Economic, geopolitical and social problems of co-operation between Kaliningrad and Poland, Coastal Regions 6, University of Gdańsk, Gdynia–Pelplin.

УДК 338.48:796.51

АКТУАЛЬНОСТЬ КИТАЙСКОГО ТУРИЗМА И ЕГО ПЕРСПЕКТИВЫ В АЛТАЙСКОМ РЕГИОНЕ РФ

В.Е. Арефьев

В статье приведены некоторые параметры и особенности китайского туристского рынка. Показаны перспективы развития этого сектора мировой туристской экономики.

Статья призвана зафиксировать внимание всех заинтересованных сторон на перспективах освоения рынка туризма КНР в целях повышения эффективности туристского сектора Алтайского региона РФ.

Статья написана на основе материалов сайта www.tourprom.ru, а так же www.RATA-news.

Ключевые слова: китайский туристский рынок, повышение эффективности туристского сектора Алтайского региона РФ.

Туристские проекты есть, но нет целевой аудитории. Алтайский регион давно и небезуспешно развивает свой туризм. Здесь реализуют целый ряд инвестиционных проектов, среди которых выделяются особые экономические зоны туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь» и «Алтайская долина».

В 2012 г. Алтайский край занял второе место в России по темпам роста количества туристов, уступив лишь Петербургу и показав 12–15% прироста туристского потока в год. В крае активно идет модернизация существующих и введение новых объектов туристской индустрии. Причем, места размещения строятся не только в традиционных туристических зонах, но и в других местах. В рамках долгосрочной целевой программы «Развитие туризма в Алтайском крае» предусмотрено создание 11 туристских кластеров на территории 14 муниципальных образований региона. Туристские кластеры «Золотые ворота» и «Белокуриха» вошли в утвержденную в августе 2011 г. федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации». Маршрут «Большое Золотое кольцо Алтая» является межрегиональным и трансграничным. Путешествие по нему позволяет посетить не только интересные исторические места Алтайского края, но и совершить выезд в казачьи поселения Кузбасса и Казахстана. Протяженность маршрута составляет 1387 км, он проходит по юго-восточной части Западно-Сибирской равнины, по долинам и перевалам северных хребтов Алтая и включает посещение 4 городов и 19 районов края. В рамках развития нового туристского направления планируется реконструкция дорог. На участках с грунтовым и щебеночным покрытием общей протяженностью около 300 км намечено создать современные асфальтированные трассы.

Крупные проекты реализуются и в Республике Алтай. Это, прежде всего, горнолыжный центр «Манжерок», туристская зона «Алтайская долина», горно-алтайский аэропорт. Эти объекты призваны сконцентрировать туристические потоки и повысить качество республиканского туризма. Республика Алтай обладает рекреационными ресурсами мирового уровня. Это подтверждается тем, что, здесь находится сразу несколько объектов внесенных в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Огромный туристский потенциал республики используется сегодня, во-первых, далеко не на сто процентов, а, во-вторых, крайне неэффективно.

Проблема низкой эффективности туристского сектора Алтая связана со многими причинами объективного и субъективного характера. Одна из субъективных причин – это то, что мы плохо представляем себе нашего потенциального отечественного и иностранного гостя. Очевидно, что повышение эффективности сферы туризма Алтайского региона во многом связано с развитием иностранного туризма и в первую очередь с возможностью свободного автопутешествия вокруг Большого Алтая. Возможность проехать вокруг Большого Алтая по дорогам России, Монголии, Китая и Казахстана, безусловно, привлечет в регион множество состоятельных иностранных туристов.

Что касается Алтайского региона РФ, то ему теперь состоятельных иностранных туристов далеко искать не надо. Уже давно пора прилагать все возможные и невозможные усилия для того, чтобы занять свою нишу на быстрорастущем китайском туристском рынке. Китайские туристы и турбизнес все больше интересуются путешествиями по Сибири, в частности, по Алтаю. На форуме в Шэньчжэне китайцы часто задавали вопросы об игровой зоне на Алтае. У них есть большой спрос на такой продукт. Но китайский турист быстро развивается, он все чаще уходит от шопинга и игорных забав в сторону более глубоких видов туризма. И здесь нам есть, что предложить...

Общая характеристика китайского туризма. Рост потока китайского международного туризма связан с быстрым прогрессом экономики этой страны, что способствует созданию мощной прослойки среднего класса, составляющей несколько сотен миллионов людей. К 2025 г. число представителей среднего класса в КНР составит 500 млн чел. Эти люди на фоне общей неопределенности на мировых туристских рынках, занимают там все больше места, становясь приоритетной нацией для сферы туризма. В 2011 г. за пределы Поднебесной выехали 70 млн ее граждан. В 2010 г. среднестатистический китайский турист тратил в зарубежной поездке 3 тыс. долл., в США – 3,9, в Европе – 4,1. В 2011 г. китайцы потратили в поездках 47 млрд долларов. Это на две трети больше по сравнению с 2010 г.

КНР к 2020 г. планирует ежегодно привлекать в страну 210 млн туристов. Всемирная туристическая организация прогнозирует, что к этому году из КНР будет выезжать 100 млн туристов. Из 10 самых популярных направлений сегодня 9 «горячих точек» находятся на территории Азии (Соединенные Штаты не в счет). Возглавляет список (по версии Китайской Академии туризма) Гонконг.

Китайское влияние на международный туризм в целом. Европейские отельеры, владельцы магазинов «люкс» и универмагов в срочном порядке запасаются персоналом, говорящим на китайском языке, возлагая на него надежды по привлечению новых клиентов из Китая. Тенденции роста международного китайского туризма мотивировали многие правительства облегчить визовые процедуры. Многие отели реализуют стратегии, направленные на этот рынок, включая подготовку персонала со знанием китайского языка, перевод основных материалов и меню ресторанов на китайский язык, а также подготовку специальных видов развлечений и услуг и использование карточек для оплаты типа China Union Pay. Опросы показывают, что 41% участников исследования планируют сделать доступными для своих гостей китайские телеканалы, а 66% европейских отельеров планирует вместе с Hoteles.com разработать специальное меню завтрака для китайских туристов.

Быстрорастущий туристский поток из Китая в корне меняет облик мировой туристической индустрии. Новые тренды особенно заметны в таких «горячих точках», как Нью-Йорк, Лас-Вегас, Лондон и Париж. Эксперты считают: что, поскольку китайский рынок растет столь стремительными темпами, то «свой кусок пирога должен достаться всем и каждому».

В отчете за 2011 г. о мировых тенденциях на туристическом рынке «WTM Global Trends Report 2011», обнародованном на ежегодной выставке «World Travel Market» сообщалось, что в этом году китайцы потратят на пребывание в отелях 56 млрд дол. США, заняв, таким образом, третье место после американцев и немцев. К 2015 г. китайцы займут второе место, их расходы по этой статье вырастут на 17% до 67 млрд дол. США. «WTM Global Trends Report 2011» сообщает о том, что некоторые мировые гостиничные сети начали сотрудничать с китайскими компаниями, чтобы занять твердую позицию на местном рынке, тогда как другие адаптируют свои предложения под вкусы китайцев. Компании используют имеющийся у них опыт на местном китайском рынке и в других странах, которые наиболее популярны среди китайских туристов. Гигантские испанские компании в сфере отельного бизнеса «Sol Melia» и «NH Hoteles» выбрали партнерский подход. «Sol Melia» сотрудничает с «Jin Jiang Hotels», компании делятся своим лучшим опытом. Китайская туристическая группа «HNA» купила 20% компании «NH Hoteles», чтобы помочь испанской отельной сети войти на китайский рынок. «Starwood» строит в Китае 100 отелей. «Hilton Worldwide» запустила программу «Hilton Huanying», что в переводе на китайский означает «Добро пожаловать». Она специально разработана для китайцев, едущих за рубеж: персонал на ресепшен хорошо говорит на китайском, в номерах есть большой выбор телевизионных китайских каналов, на завтрак подаются привычные для китайцев блюда.

Отели используют различные подходы, чтобы лучше узнать о вкусах китайских туристов, они будут применять эти знания для развития своей глобальной сети. По прогнозу к 2015 г. выездной турпоток из КНР достигнет 62 млн человек. Отели, которые смогут удовлетворять вкусы китайцев, будут иметь явное преимущество.

Особенности китайского туриста. Отели, корпорации, международные авиалинии и владельцы гостиничных и туристических учреждений элитного уровня могут радоваться: в предстоящие годы к ним нагрянут десятки миллионов новых клиентов из Китая. Но готовы ли туристские компании к такому натиску, отдают ли они себе отчет в том, каковы реальные интересы туристов из Поднебесной и, наконец, что они хотят получить взамен каждого вложенного в поездку юаня. Ответ чаще всего отрицательный. И извечный вопрос «что делать?» приобретает глобальные очертания.

Путешественники из азиатской страны известны крупными покупками, и ставка на шопинг – очевидная возможность для индустрии гостеприимства, имеющей возможность таким образом получить отдачу от инвестиций в улучшение гостиничных условий. В ходе исследования портала Hoteles.com определен также профиль этих туристов. Отмечается при этом, что он постоянно меняется: туристы все более и более независимы, уверены в себе, растет число молодежи, которая больше знакома с иностранными культурами и обычаями.

А ведь еще несколько лет назад редкому китайцу хотелось выйти за пределы шопинг-туров в Гонконг или азартного часа по игорным заведениям Макао под присмотром туроператоров, специализирующихся на бюджетных групповых турах. Сегодня те же самые китайцы склоняются в пользу индивидуальных туров за рубежи родины, делая акцент на личные предпочтения и домашний комфорт во время поездки.

Но взаимопонимание мирового туристского рынка и его китайских клиентов достигается куда как более медленными темпами. Язык – самая большая проблема. Китайцам все время требуется переводчик, стоит им попросить меню, обратиться к сотрудникам на ресепшен в гостинице и т.п. Поэтому главное, чем должны сегодня озаботиться отельеры, это понимание культурной специфики китайских туристов, использование полученных знаний, а также ясное и четкое понимание главных запросов китайского рынка.

Сегодня освоением этого рынка уже занялись отельные корпорации и мелкие гостиницы. К примеру, этим летом свои целевые проекты, адресованные китайским туристам, представили «Хилтон» и «Старвуд». Это и введение в меню традиционной китайской лапши (быстрого приготовления), китайского чая, чайников в мини-барах, трансляция китайских телеканалов, появление в номерах специальных китайских тапочек, а также угощение горячей рисовой кашей и дим саамами (китайскими пельменями) на завтрак. Гастрономия находится на особом положении. И в этом нет ничего удивительного, если учесть, что китайцы от мала до велика, от олигарха до дворника предпочитают китайскую лапшу, которую вкушают у себя в номере, игнорируя местные деликатесы.

На лингвистическом направлении также наблюдаются определенные подвижки. К примеру, те же «Хилтон» и «Старвуд» перевели на китайский язык собственные сайты, приветственные письма, а также экскурсионную информацию о местных достопримечательностях. Более того, прямо у входа в отель туристов встречают сотрудники, обученные беглому китайскому языку.

Главная задача всех этих инноваций – добиться того, чтобы китайцы не испытывали стресса в незнакомой среде, подобно тому как западные отельные сети создают ощущение дома западным туристам в Азии. «Подобно тому, как за отправляющимся в Ханой американцем неотступно следует любимый им гамбургер, китайцы должны и в Ницце найти свою родную лапшу». В этом же ключе действуют отели «люкс» и лучшие туристские достопримечательности вроде парижского Лувра. Большинство китайцев до сих пор не знакомо с системой кредитных карт западного образца. Поэтому лондонский «Natrod» привез в британскую столицу 75 автоматов «UnionPay», позволяющих китайцам снимать деньги, используя собственные карты.

Общее мнение в турбизнесе таково, что китайскому направлению, обеспеченному высоким качеством и емким содержанием, гарантирован успех и широкое распространение в зарубежных странах. Иностранные компании должны проявить больше усердия в разработке и внедрении онлайн-информационных продуктов, в том числе предоставления китайцам разнообразных инструментов бронирования у себя дома. Китай – это свыше 400 миллионов Интернет-пользователей. Китайцы если не сутками, то уж точно часами просиживают перед компьютером в поисках информации о тех местах, которые хотят посетить. Но им так пока никто четко не сказал – вот тебе навигатор с приложением на китайском языке, и гуляй в радость хоть по парижским магазинам, хоть еще, где хочешь... Кстати, а почему бы не по соседнему Русскому Алтаю?

Сотрудничество РФ и КНР в сфере туризма. По прогнозам к 2015 г. взаимный туристский обмен между Россией и Китаем достигнет 5 млн человек. Особенно активно устремляется в Россию старшее поколение китайцев. В составе туристских групп, выезжающих в Россию, до 80 процентов приходится на лиц, переваливших пятидесятилетний возрастной рубеж. Те, кому сегодня пятьдесят и больше, выросли в эпоху, когда Китай и бывший СССР связывали узы дружбы. Вот почему их так тянет именно в Россию. Что касается молодежи, то она предпочитает Москве города Западной Европы. Ностальгия, не говоря уже о богатой российской истории и культуре, превращают РФ в ключевое туристическое направление для китайцев, которым уже исполнилось сорок. Такое мнение высказал специалист из Туристической академии Китая. «Молодое поколение выбирает качество и скорость. К примеру, чтобы пройти российский пограничный контроль, нужно отстоять два-три, а то и все восемь часов». По ее словам, аналогичная процедура на китайском участке границы занимает одну шестую этого времени. «Тот факт, что туристический бизнес из Сингапура, Малайзии и Корейской Республики чаще бывает не в России, а в Китае, где рекламирует свои продукты и услуги, не в последнюю очередь лишает российский рынок заметной части молодежной туристической популяции Поднебесной. Но для тех, кто готов отстоять лишнюю пару-тройку часов на границе страны, которая напоминает ему о славе бывшей советской империи, все складывается так, как ему того и хотелось».

2013 г. по взаимному решению обеих стран назван Годом российского туризма в Китае. Это должно активизировать взаимный обмен и обеспечить приток инвестиций в отрасль. Другая

задача заключается в том, чтобы к 2015 г. довести взаимный турпоток до 5 млн человек. Сегодня он составляет 3.3 млн человек. Согласно статистике, предоставленной Академией туризма Китая, в 2012 г. в России побывали свыше 800 тыс. китайских туристов. Китай занимает второе место в российском рейтинге генераторов въездного туризма. В 2011 г. в Китае побывало около 2,5 млн российских туристов, обеспечивших себе третью позицию в рейтинге генераторов китайского туризма этого года.

Но несмотря на явные успехи сотрудничества в сфере туризма, проблем, которые ждут своего решения, меньше не становится. Все это привело к тому, что в 2012 г. новосибирский аэропорт «Толмачево» констатировал заметное снижение спроса на рейсы в Китай. По итогам восьми месяцев 2013 г. отмечено существенное падение пассажиропотока на Пекин и практически отсутствие роста на Урумчи. Региональные эксперты считают, что бить тревогу пока рано, но повод задуматься о причинах происходящего уже есть. Снижение пассажиропотока на Пекин более чем 20% – это первый подобный провал за последние несколько лет. На китайском авиационном форуме China International AIR Routes Summit-2013, который прошел в сентябре в Шэньчжэне было выделено несколько проблем. Во-первых, в Пекине сейчас остро стоит проблема перегруженности аэропорта. Представители национальной авиакомпании посетовали, что даже они не могут получать там новые слоты и развиваться. Во-вторых, в Китае идет серьезное перераспределение пассажирских потоков. Смещение происходит в сторону западных аэропортов – Шанхая, Шэньчжэня, Чэнду, Урумчи и т.д. Еще одна локальная причина, актуальная для Пекина в этом году, частые плохие погодные условия в аэропорту. Люди, которые узнали об этом, выбирали для поездок сопоставимые по значению азиатские хабы. Уменьшилось и число турпоездов из России в Китай. Причины, которые называют туроператоры – удорожание продукта, связанное с бурным ростом внутреннего туризма в Китае. Турбизнес подтверждает, что некоторый спад спроса на направлении действительно есть. По словам региональных агентов и операторов, которые специализируются на Китае, рост пассажиропотока в Китай в Сибири традиционно был связан с бизнес-активностью. Эксперты основную причину снижения числа поездок из России в Китай связывают с тем, что потребительский рынок в нашей стране становится все более цивилизованным: Появляются различные бутики, открываются по франшизе брендовые магазины, и тот шоп, который был актуален в 1990-х, неизбежно сокращается. Игрет свою роль и курсовая разница. Предприниматели, которые раньше ездили в Китай за товаром, после объединения России и Казахстана в таможенный союз предпочитают доехать до Казахстана, заказать там товары по интернету, дождаться его и сопроводить до России, сократив затраты. Падения же туристического интереса некоторые операторы пока и вовсе не заметили. Однако с лечебными турами в Китай стали успешно конкурировать аналогичные программы в Чехию. Особняком среди китайских направлений стоит остров Хайнань. С появлением прямых чартерных рейсов из большинства крупных сибирских городов туда полетели туристы, которых больше интересует не шопинг, а отдых и оздоровление. Возможно, это тоже оттянуло пассажиров от пекинского направления. Все причины, так или иначе, сводятся к одному – Китай перестал быть дешевым и для предпринимателей, и для туристов. Это касается и билетов на прямые рейсы до Пекина (в Новосибирске на направлении работает только один перевозчик), и стоимости товаров и услуг внутри страны. Отели в Китае стоят сейчас в 1,5–2 раза дороже, чем два-три года назад. Для туристов эта страна становится дорогим удовольствием.

Но есть и положительные тенденции. Сами китайцы стали все больше путешествовать по миру, в том числе и по России. Для Алтая вопрос привлечения массового китайского туриста становится все более актуальным.

УДК 796.51

ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ ТРАНСГРАНИЧНОГО ТУРИЗМА И РЫНКА ТРУДА ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ НА ТЕРРИТОРИИ РОССИИ И МОНГОЛИИ

М.Н. Игнатенко, О.С. Третьякова

Приводятся определения понятий трансграничного туризма и трансграничного кластера, выделены сферы влияния трансграничного туризма, а также воздействие развития сферы туризма, на другие секторы экономики.

Ключевые слова: трансграничный туризм, трансграничные кластеры, рынок труда и занятости.

Работа выполнена в рамках программы стратегического развития ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет» на 2012–2016 годы «Развитие Алтайского государственного университета в целях модернизации экономики и социальной сферы Алтайского края и регионов Сибири, мероприятие «Академическая мобильность» (№2013.311.2.98).

Исторически туризм развивался как общественное явление, направленное на познание окружающего мира. В этом ключе трансграничный туризм открывает еще большие перспективы для туристов – так как границы познаваемого существенно расширяются.

Развитие трансграничного туризма на сопредельных территориях России и Монголии происходит в условиях, когда обе страны, обладая уникальной культурой и природой, представляют собой неотъемлемую часть международного рекреационного пространства и представляют собой особый интерес для туристов из других стран. В то же время они вносят взаимный вклад в формирование въездных туристических потоков.

Одной из форм сотрудничества стран-соседей в сфере туризма является создание трансграничных кластеров. Сложившееся на сегодня понятие кластера – это сконцентрированная на некоторой территории группа взаимосвязанных компаний, взаимодополняющих и усиливающих конкурентные преимущества друг друга и кластера в целом. Преимущества кластера – дешевизна и быстрые сроки оказания необходимых услуг в силу географической близости фирм, возможность получать большую прибыль от распределения затрат на поддержание и развитие общих для нескольких компаний ресурсов, а также постоянный обмен опытом. Считается, что кластеры повышают производительность, инновационность, конкурентоспособность, прибыльность и способствует увеличению количества рабочих мест.

Трансграничные кластеры позволяют организовать взаимодействие фирм, оказывающих туристские услуги, расположенных в разных странах, и их услуги становятся взаимно дополняемыми.

Трансграничный туризм является катализатором региональной экономики, позволяющим задействовать не только весь комплекс рекреационных ресурсов, но и наиболее эффективным образом использовать совокупный производственный и социально- культурный потенциал территории при сохранении сложившегося экологического и культурного разнообразия, исходя из этого, можно выделить следующие сферы влияния трансграничного туризма [Евстропьева, 2009]:

Сфера экологии – совместимость развития туризма с сохранением биологического разнообразия, поддержанием экологических процессов и восстановлением ландшафтных и биологических ресурсов регионов.

Социальная и культурная сферы – соответствие местной морали, местной социальной структуры населения, совместимость развития туризма с сохранением культурных и человеческих ценностей, укреплением местной самобытности.

Сфера экономики – экономическая выгода региону и стране путем создания рабочих мест и отчислений от туристической деятельности.

Создание рабочих мест на сегодняшний день является актуальной проблемой для сопредельных территорий России и Монголии.

Рынок труда туристской отрасли стран-соседей относится к трудоизбыточному, так как предложение рабочей силы превышает спрос на нее, хотя в Российской части Большого Алтая ситуация складывается противоречивая: в сфере туризма Алтайского края и Республики Алтай не наблюдается дефицита специалистов с высшим образованием туристского профиля, кроме того, в ВУЗах ведется подготовка по этому направлению в том числе и в рамках магистратур, но в то же время существует потребность в обслуживающем персонале, обладающем навыками гостеприимства. Выход из этой ситуации можно найти во первых, разработав механизм взаимодействия органов власти, туристских фирм и учебных заведений, благодаря которому, студенты, получая опыт работы во время учебы, будут «повышать свою цену» на рынке труда, и, во-вторых, организовав курсы для обучения обслуживающего персонала, а также курсы для лиц, желающих организовать свое дело в сфере туризма.

Для Алтайского края, Республики Алтай и прилегающих территорий, характерен сезонный характер предоставления туристских услуг. Сезонность порождает неравномерность распределения рабочего времени, значительный удельный вес неполно занятых. В условиях сезонности и неполной занятости серьезной проблемой выступает найм и сохранение квалифицированных работников, тем более, что согласно теории рынка труда сезонность предполагает преимущественно увольнение, нежели понижение заработной платы в межсезонье. На предприятиях сферы туризма формируется «ядро» постоянного высокопрофессионального персонала и «периферия» – работающие по контрактам, договорам, на принципах временной, частичной занятости. Исключением являются предприятия размещения, находящиеся в крупных населенных пунктах, которые функционируют, круглогодично сохраняя практически один и тот же штат сотрудников.

Для объектов сельского туризма сезонность также является проблемой – так как сезон наибольшего туристского спроса совпадает во времени с сезоном наиболее активной сельскохозяйственной деятельности. И перед сельским жителем, решившим заняться предпринимательской деятельностью в сфере туризма стоит проблема организации трудового процесса силами своей семьи или с привлечением наемных работников. Одним из вариантов решения проблемы должна стать государственная поддержка сельских жителей [Здоров, 2011].

В том случае, если туризм рассматривается не как подсобное производство, а как основная статья доходов, обеспечивающая максимальный набор рекреационных услуг, также возникает проблема организации деятельности объектов туризма. Поэтому выходом из этой ситуации, может быть создание условий для формирования трансграничного туристского кластера, конкурентоспособного на внутреннем и внешнем рынках.

При комплексном подходе к развитию, и при своевременном участии государственных структур, сфера туризма оказывает стимулирующее воздействие на другие сектора экономики, а также, в случае разработки и успешного применения программ занятости населения, способна стать вариантом снижения напряженной ситуации на рынке труда.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Игнатенко М.Н. Особенности функционирования региональной системы туристского рынка труда Алтайского края // Возможности развития туризма Сибирского региона и сопредельных территорий : сб. научных статей по результатам XII межрегиональной научно-практической конференции 1–2 ноября 2012 г., Томск, 2012. – С. 42–43.

Евстропьева О. В. Трансграничный туризм в сопредельных регионах России и Монголии. – Иркутск : Изд-во Института географии им. В.Б. Сочавы СО РАН, 2009. – 143 с.

Квартальнов В.А. Туризм : учебник. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 320 с.

Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг : учебно-методическое пособие / под ред. Т.Д. Бурменко. – Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2007. – 411 с.

Здоров А.Б. Агротуристский комплекс: формирование и развитие. – М. : Логос, 2011. – 211 с.

УДК 323/324 (574)

ТУРИЗМ В КАЗАХСТАНЕ

Л.И. Изтелеуова

В статье рассмотрены туристские объекты в плане сохранения и передачи многообразной культуры, а именно общечеловеческих ценностей, идеалов и норм.

Ключевые слова: полиэтничный и поликонфессиональный состав, транспортная инфраструктура, этнографические и археологические объекты, профессионализм, социальная мотивация, эвристический и гносеологический уровни.

Знание потенциала мирового рынка туризма необходимо для прогнозирования дальнейших тенденций развития внутреннего и международного туризма, а это всегда было важным для любого сектора экономики.

Международные туристские обмены являются составной частью внешнеэкономической деятельности Казахстана и ее международных отношений. Развитие туризма в Казахстане и за рубежом, закономерное участие в этом процессе различных организаций вызвали необходимость не только возникновения и становления разнообразных региональных форм организации туризма, но и усиление внимания к взаимным обменам, общению и поездкам, а также всемирным прогнозам развития туризма, которые зависят от социодемографических, экономических, политических и других факторов. Такое положение для достижения успехов в туризме требует полного профессионализма, составной частью которого является разумное регулирование туристской деятельности в сфере защиты прав и интересов потребителя, сочетающее элементы государственного регулирования и саморегулирования.

Вместе с тем необходимо обратить внимание и на факторы, которые повышают интерес людей к путешествию и возможности совершать его как внутри страны, так и за ее пределами: рост уровня жизни, уровня образования, личного располагаемого дохода. Также необходимо учитывать, что более высокое качество туристского продукта делает туризм для многих людей более привлекательным.

Новые информационные технологии и эффективные коммуникации ведут к стремительному развитию рынка международного туризма. Устанавливается и заключается больше региональных соглашений, расширяются международные сети туроператоров.

Вместе с тем появляются и новые проблемы. Ожидаемый рост развития туризма создает проблемы в транспортной инфраструктуре. Поэтому ожидается реконструкция транспортной инфраструктуры во всех регионах мира, что потребует новых инвестиций в больших объемах. С повышением спроса на путешествие, повышается значимость окружающей среды как базы для туризма, что требует сохранения и умножения природных ресурсов. Подобное обстоятельство вызывает необходимость серьезного обращения внимания на уровень качества основных элементов предложения наших туристских регионов: природные ресурсы, инфраструктура, материально-техническая база туризма, культурные ресурсы гостеприимства.

В Казахстане можно познакомиться с различными видами туризма, такими, как оздоровительный, познавательный, спортивный, детский, экологический, развлекательный и т.д. Наша

страна славится различными природно-географическими условиями. У нас очень много туристских маршрутов. Но в кратком, сжатом виде можно дать общее описание особенно привлекательных туристских объектов, которыми славятся регионы Казахстана.

В регионе Северного Казахстана, благодаря соответствующим климатическим условиям, ландшафту, большой популярностью пользуется водный, велосипедный, автомобильный туристический отдых. Любители научного туризма могут посетить Наурзумский и Кургальджинский заповедники. Полноценное лечение и отдых можно получить на курортах Кокшетау, Муялды, Баян-аул.

В регионе Центрального Казахстана, в Карагандинской области, располагается одно из крупных мировых озер – Балхаш. Здесь также можно познакомиться с Каркаралинским горнолесным оазисом. В регионе сохранились этнографические и археологические объекты, большое количество памятных мест.

Регион Южного Казахстана известен своей древней культурой и историей. Здесь много памятников средневекового зодчества. Здесь также был найден Скифский курган. В регионе, благодаря соответствующим климатическим условиям, ландшафту, занимаются горнолыжным и конькобежным спортом, охотой, альпинизмом. Можно получить отличное лечение и отдых в курорте Сарыагаш, где местные гидро-натриевые минеральные воды используются для лечения заболеваний желудочно-кишечного тракта.

Регион Западного Казахстана расположен в бассейне Каспийского моря, Урала, Волги. Здесь имеются охотничьи угодья, условия для рыбалки и огромные возможности для развития водных видов спорта.

Регион Восточного Казахстана отличается разнообразием и богатством флоры и фауны. Здесь имеются леса и озера Зайсан, Алаколь, Алтай. Можно получить отличное лечение и отдых в нескольких бальнеологических курортах, основанных на местных термальных родоновых источниках (температура воды +34 +42 С), которые помогают в лечении заболеваний центральной нервной системы, опорно-двигательного аппарата и дерматологических заболеваний. Для любителей исторического познавательного туризма рекомендуется посетить Семипалатинский район, побывать на родине выдающегося писателя Мухтара Ауэзова.

Вместе с тем необходимо отметить, что в нашей стране имеется много различных музеев, которые, как известно, являются одним из немногих социокультурных институтов, ведущих на эвристическом и гносеологическом уровне работу с материалами, используемыми для визуальной презентации и вербальной интерпретации. Сегодня они особенно необходимы в плане сохранения и передачи многообразной культуры, а именно общечеловеческих ценностей и идеалов. Они весьма разнообразны по своему профилю, по характеру фондов и по своим конкретным задачам. Так, имеются исторические, этнографические, художественные, мемориальные, краеведческие, национальных музыкальных инструментов, природы заповедников и т.д.

Также необходимо отметить, что наше государство поддерживает деятельность региональных национально-культурных центров, республиканских и региональных национальных газет и телепрограмм, национальных театров. В области национального образования активно действуют более ста этнических школ, сто семьдесят воскресных языковых центров. Отмечаются Дни культуры и письменности различных народов Казахстана, фестивали «Дружба народов». Ежегодно проводятся массовые народные праздники: День единства народов Казахстана (1 мая), День памяти жертв политических репрессий (31 мая), Наурыз, Рождество и др.

Гражданское единство, стабильность и согласие возведены в Казахстане в ранг государственной политики, которая опирается на многовековой опыт мирного сосуществования полиэтнического и поликонфессионального состава населения. В этом направлении работают и средства массовой информации – один из реально действующих идеологических инструментов, способных формировать общественное сознание и влиять на общественные отношения.

Также в нашей стране вместе с культурой, пропагандируемой государством, сосуществуют и субкультуры, представители которых имеют свою систему ценностей, установок, способов поведения и жизненных стилей. Эти субкультуры имеют свои особенности, которые заключаются в устойчивых сленговых выражениях, моде на одежду и украшения, моде на определенные прически, пирсинги и татуировки, принятой моде повседневного поведения и общения, а также идеологии, включающей отношение к окружающему обществу, государственному устройству и политике. В основном представители современных субкультур увлекаются рок-музыкой различных направлений, а также рэп-музыкой (текст произносится речитативом под ритмичные, низкочастотные звуки), появившейся в негритянском гетто США. Во многих субкультурах распространены табакокурение, алкоголизм, наркомания. В целом, в подобных субкультурах, наблюдается отсутствие глубоких и значимых общечеловеческих моральных ценностей.

Также нельзя не обратить серьезного внимания на бурно развивающуюся информационную технику и технологию. Речь идет об Интернете. Положительное влияние Интернета в том, что многократно увеличилось возможности доступа к информации, к знаниям. Человек, находясь в любом месте, может запросить с помощью Интернета через библиотеку любую новую книгу, иллюстрированный материал, специальную литературу. Но современные психологи все чаще встречаются с пациентами-подростками, у которых очень обеднены язык, чувства и способы их восприятия, а перенасыщенность информационного потока приводит к повышению порога чувствительности, к невниманию, к нелюбознательности и ранней усталости.

Речь здесь идет вовсе не о призыве к отказу от достижений культуры, техники и технологии или об упоении техникой, экономикой, наживой и успехом любой ценой. Необходимо изучить и минимизировать негативные явления, и осознавать неразрывную связь человека с земной природой, чтобы окончательно не утратить общечеловеческие ценности, идеалы, нормы. Тогда работа человека с информацией и техникой послужит его развитию и возвышению.

Подобное положение вызвало необходимость для решения создавшихся проблем деятельность различных организаций. В этом плане свой определенный вклад внесли преподаватели и сотрудники Казахского Университета Экономики, Финансов и Международной Торговли (КазУЭФМТ). В университете осуществляет свою деятельность одна из выпускающих кафедр «Туризм и Сервис». При кафедре организованы авторизованная лаборатория «Amadeus» и клуб туристов «Жас-Есиль».

В рамках перспективного плана НИР университета преподавателями и сотрудниками выполняются научные исследования по совершенствованию экономического механизма рыночной экономики Казахстана, финансово-кредитного механизма обеспечения устойчивого развития и конкурентоспособности экономики Казахстана, математические, инструментальные и прикладные методы исследования макроэкономических процессов в Казахстане, исследуются проблемы устойчивого развития экономики Казахстана и так далее. Мы обязательно сочетаем развитие академической составляющей образования с научной. В Университете также есть свой периодический научный журнал «Вестник Казахского Университета Экономики, Финансов и Международной Торговли», предназначенный для публикации научных работ ученых Казахстана и зарубежных исследователей.

Наш университет также участвует в международных образовательных программах и научных проектах. Международное сотрудничество – одно из важнейших направлений деятельности нашего университета. Поэтому идет получение теоретических знаний и практического опыта в университетах и туристических базах как внутри страны, так и за ее пределами. Таким образом, мы обмениваемся опытом, активно развиваем у себя образовательные инновации.

За годы нашего развития мы заключили договоры о сотрудничестве в области науки и образования с Оренбургским государственным университетом, Научным центром евразийских исследований РАЕН (г. Москва), Казахстанским филиалом МГУ им. М.В. Ломоносова, Грузинским техническим университетом (Тбилиси), Академией иностранных языков им. Лессинга (Ганновер,

Германия), Академией Европейских естественных наук (Ганновер), Национальным университетом Сингапура, Уральским государственным экономическим университетом (Россия), Школой Бизнеса и Менеджмента услуг Университета Борнтмут (Великобритания), Университетом Бейлора (Штат Техас, США), Поволжским государственным университетом сервиса (Тольятти) и др.

В плане международного сотрудничества у нас проведено много работы, но мы этим не ограничиваемся. Мы познакомились в общем виде с геокультурным пространством и проблемами в сфере туризма Алтайского края. Необходимо заметить, что мы, как представители ближнего зарубежья, имеем общее прошлое, которое позволяет нам понимать многие проблемы. Подобное положение позволяет сделать заключение, что в перспективе наше сотрудничество в плане обмена знаниями, опытом, общения и совместного решения многих проблем в сфере туризма будет расширяться и наполняться новым содержанием.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Квартальнов В.А. Туризм. – М. : «Финансы и статистика», 2006. – 335 с.

Шендрик А.И. Социология культуры. – М. : ЮНИТИ, 2005. – 495 с.

Казахстан: туризм и его развитие. <http://www.advantour.com/rus/kazakhstan/tourism.htm>.

УДК 338.48

ЭФФЕКТИВНЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

А.А. Клейман

В статье речь идёт об особенностях инновационного менеджмента культурного туризма, препятствиях на пути модернизации традиционных для культурного туризма регионов, особенностях процесса разработки и производства продукта для культурного туризма, о роли государственно-частного партнёрства в развитии культурного туризма.

Ключевые слова. Культурный туризм, инновационный менеджмент, туристский продукт, государственно-частное партнёрство.

В условиях глобализации культурный туризм рассматривается не только как разновидность туристской деятельности, но и как важный механизм управления межкультурным диалогом народов мира, эффективный способ реализации принципов социального партнёрства на уровне различных субъектов взаимодействия. Эти особенности необходимо учитывать при определении содержания инновационного менеджмента культурного туризма.

Инновационный стиль жизни, предполагающий нарастание в жизни современного общества роли высоких технологий, научного мировоззрения, высокоэффективного социально – и экологически-ответственного бизнеса, рационального потребительского поведения, интереса к интеллектуальным эстетическим и духовным ценностям, развивается в нашем обществе достаточно заметно в последние годы. Развитие концепции инновационного стиля жизни предполагает инновационный стиль деятельности организаций и учреждений, связанных с развитием культурного туризма: поиск и внедрение инноваций, не только технологических и продуктовых, но и управленческих, включающих различные аспекты инновационного менеджмента (управление качеством, оптимизация бизнес-процессов, эффективная мотивация персонала,

CRM-технологии и др.). Не последнюю роль на данном этапе играет процесс создания благоприятного имиджа учреждения культурного туризма как инновационного, социально- и экономически- ответственного.

Содержание инновационного менеджмента культурного туризма связано с потребностями управленческой практики, необходимостью помочь регионам привлечь широкие слои населения к сотрудничеству с другими культурными сообществами и процессами, с долгосрочным прогнозированием развития территории. Эффективный инновационный менеджмент культурного туризма важен и для профессиональной среды – предпринимателей, специализирующихся на организации культурного туризма в разных странах, включая Россию, а также работников туристского сервиса и учреждений культуры. Он даёт возможность увидеть многие проблемы, глубже их понять и разрешать с наименьшими издержками. Но особенно важной функцией инновационного менеджмента культурного туризма является разработка эффективной политики в сфере культурного туризма и туристского обслуживания структурами власти разного уровня, внимание и влияние которых на рынок туристских услуг должно быть не меньшим, чем на другие социально-экономические сферы.

Как известно, культурный туризм – это разновидность путешествий людей с целью удовлетворения культурных потребностей, ознакомления с историко-культурными достопримечательностями, которые являются неотъемлемой частью социокультурной сферы современного общества [Карамашева, 2004]. Культурный туризм как комплекс оказания разнообразных услуг стал важной и доходной отраслью национальных и региональных экономик во многих странах мира. В современном мире культурный туризм рассматривается как социально-экономическое явление, оказывающее прямое и опосредованное влияние на развитие всей связанной с ним инфраструктуры.

В России, обладающей колоссальными ресурсами, культурный туризм до сих пор остаётся на второстепенных ролях среди экономических приоритетов. Рыночные отношения в этой сфере обнаружили узкие места, сдерживающие развитие потенциальных возможностей. Объекты культурного туризма остаются невостребованными вследствие неразвитости туристской инфраструктуры, несовершенства механизмов государственного регулирования на различных уровнях. Осознание туризма как автономной хозяйственной сферы ставит для органов государственного управления вполне стандартные для таких сфер проблемы, входящие в компетенцию системного и организационного подходов. Многофункциональность туристской деятельности позволяет говорить о возможностях культурного туризма в решении ряда не только местных и региональных проблем социально-экономического развития, но и о возможности влияния на национальную экономику в целом [Тарасова, 2009]. Но в отечественной туристской практике большой объем культурных ресурсов пока не введен в туристский оборот.

Российские регионы имеют большие различия в зависимости от степени развитости культурного потенциала и его использования в культурном туризме: от регионов с высоким потенциалом и активным использованием культурных ресурсов в туристской деятельности, до регионов, в которых отсутствует туристская инфраструктура, а культурная компонента недооценивается и не развивается.

В соответствии с федеральными и региональными целевыми программами развития внутреннего и въездного туризма многие из регионов, потенциально обладающих культурными ресурсами, планируется ввести в туристский оборот. Даже малонаселенные территории Севера, Сибири и Дальнего Востока способны предложить организаторам туристского бизнеса немало маршрутов и экспонатов культурного туризма. В целом ряде восточных регионов страны (Алтайский край, территории вокруг Байкала и др.), в которых не была ранее развита инфраструктура обслуживания туристов, создаются туристско-рекреационные особые экономические зоны, идет освоение региональных ресурсов с целью создания современной инфраструктуры для обслуживания туристов.

Развитие культурного туризма в регионах предполагает также поддержание в надлежащем состоянии культурных памятников, охраны исторических территорий и культурных ландшафтов, так как многие из них находятся на грани исчезновения. В свою очередь, усилия по актуализации и бережному отношению к культурному потенциалу региона способны стать серьезным стимулом расширения туристских потоков и перспективного развития региона в целом.

Вместе с тем имеется немало препятствий в модернизации традиционных для культурного туризма регионов, а также в формировании новых центров российского культурного туризма. Можно выделить основные из подобных препятствий: трудности, возникающие при вхождении региональных учреждений культуры в рыночные отношения; недостаток инвестиций; медленное развитие малого и среднего бизнеса; издержки в деятельности государственных и региональных органов управления. Не во всех управленческих структурах разного уровня сформированы целевые программы развития туризма, включая культурный туризм. Между тем развитие культурного туризма требует систематических усилий со стороны власти. Особенно важно в этом плане наличие эффективных правовых механизмов, обоснованных программных документов, конкретная государственная помощь и поддержка, оказываемая регионам.

Существует ряд особенностей процесса разработки продукта для культурного туризма. Отправной точкой этого процесса является анализ имеющихся культурных достопримечательностей с точки зрения текущего и потенциального предложения культурных продуктов и выгод, которые они предоставляют туристам. Этот анализ формирует базу для обеспечения соответствия культурных продуктов потребностям и желаниям туристов. В этом состоит принципиальное отличие процесса формирования концепции культурного продукта от традиционного алгоритма, который начинается с изучения и сегментации рынка потребителей и установления специфических требований целевого рыночного сегмента, под которые затем определяются характеристики продукта.

Особенность продукта для культурного туризма состоит в том, что составляющие его базовые характеристики, такие как архитектурный стиль зданий, история развития, национальные и этнические традиции и т.д., уже существуют и принципиально не могут быть изменены – речь может идти только о развитии способов и форм их использования для привлечения туристов.

Но, как известно, разные категории туристов ищут в своих путешествиях разные выгоды. Поэтому необходимо сначала вывить те выгоды, которые сегодня может предложить дестинация или отдельная культурная достопримечательность. Эта информация позволит определить, какой потенциальный туристский сегмент (или сегменты) будет целевым [Сущинская, 2010].

В результате анализа культурной достопримечательности (дестинации), рассматриваемой как продукт, может обнаружиться, что его характеристики и предлагаемые выгоды привлекают только небольшую группу туристов. Это дает начало процессу развития продукта, наполнения его дополнительными чертами, привлекательными для более широкого потенциального сегмента. В свою очередь, это решение может вызвать необходимость координации и объединения усилий других «игроков» на туристском рынке. При этом надо иметь в виду, что для каждой культурной достопримечательности и для дестинации в целом, существуют пределы совершенствования с точки зрения адаптации к тем или иным сегментам, заданные их культурными особенностями.

Ситуационный анализ производства продукта для культурного туризма по своему назначению можно трактовать как инвентаризацию ресурсов. Он включает анализ турпродукта, который нацелен на предоставление информации, характеризующей текущее состояние использования культурных ресурсов дестинации или культурной достопримечательности и ресурсного потенциала развития продукта (формирования потенциального продукта).

Ожидаемый турпродукт включает требования туристов к уровню исполнения основного продукта культурного туризма, а также ряд услуг вспомогательного свойства, которые непременно должны сопутствовать производству основного продукта. Они связаны, в значительной степени, с развитием туристской инфраструктуры и безопасностью туристов.

Важно выделить несколько значимых аспектов анализа турпродукта:

1. Выявление тех направлений деятельности, которые характеризуются чертами уникальности, формируют ключевые компетенции, которые являются залогом наличия устойчивого конкурентного преимущества в привлечении туристов.

2. Выявление «внешних» культурных ресурсов, вытекающих из местоположения во времени и пространстве: культурных и иных туристских ресурсов, не относящихся к данному объекту, но расположенных в пределах территориальной доступности; культурных событий, имеющих «пересечения» с культурными ресурсами данного объекта.

3. Анализ текущего предложения турпродуктов (т.е. используемых культурных ресурсов) по схеме «выгоды-впечатления».

Как видно, важной необходимой составляющей анализа продукта является получение информации о существующих потоках туристов, их количественных характеристиках и уровне удовлетворенности (степени соответствия искомых выгод и полученных впечатлений).

Особую роль в развитии культурного туризма призвано сыграть государственно-частное партнёрство (ГЧП). Важным условием развития государственно-частного партнерства в сфере культурного туризма является наличие четко определенных интересов у возможных участников партнерства: государства, бизнеса и населения [Клейман, 2009].

При рассмотрении вопросов ГЧП в культурном туризме необходимо учитывать интересы конечных потребителей – туристов, без которых долгосрочное выживание партнерства просто невозможно. В конечном счете, государственно-частное партнерство должно привести к улучшению общего качества обслуживания в туристской дестинации и повышению качества туристского продукта и туристского впечатления. Таким образом, в указанном процессе, исходя из определения и основных принципов ГЧП, участвуют не три, как принято традиционно считать, а четыре стороны:

- государство в лице органов власти и управления туризмом и иными смежными отраслями на разных уровнях;
- турист как пользователь конечным туристским продуктом;
- общество (местное население), являющееся одновременно как пользователем туристского продукта, так и движущей силой, способной объективно и активно участвовать в формировании турпродукта дестинации и способов его получения;
- бизнес, желающий активно участвовать в процессе создания турпродукта на выгодных для себя условиях.

Государственно-частное партнерство в культурном туризме предполагает объединение материальных и нематериальных ресурсов государства, учреждений культуры и частного сектора экономики на взаимовыгодной основе при непосредственном участии местного населения региона и с учетом удовлетворения потребностей туристов.

Партнерская деятельность государства и частного сектора преследует социальные и экономические цели по созданию необходимых условий для функционирования хозяйственного комплекса и удовлетворения потребностей населения и туристов (зачастую противоречащих друг другу), рационального управления государственной собственностью, доступности и качества инфраструктуры, инновационного развития экономики страны. При этом каждая из сторон вносит свой вклад в общий проект. Таким образом, достигается общая цель партнерства – долгосрочное существование высокоэффективной дестинации.

Учитывая географическое и социально-экономическое положение, туристско-рекреационные ресурсы регионов России, их конкурентное положение на рынке культурного туризма и состояние инфраструктуры, можно предложить дифференцированный подход к формированию туристского продукта региона, ориентированный не только на отдых и оздоровление человека, восстановление его здоровья, трудоспособности, но и на культурное развитие. Целесообразно рассматривать развитие базы для культурного туризма путем создания новых объектов

и реконструкции и реставрации уже имеющихся не только через призму выполнения стандартных инфраструктурных требований для удовлетворения потребностей туристов, но и с учетом инновационного стиля в функционировании учреждений культуры и туристских организаций [Клейман, 2012].

Государство, региональные и муниципальные власти, общественные организации и предпринимательские структуры, действуя самостоятельно и разрозненно, не в состоянии изменить положения дел в сфере культурного туризма. Поэтому немаловажным направлением инновационного менеджмента культурного туризма являются согласованные действия разных структур, наличие между ними партнерских отношений, способных привести сотрудничество к успеху. Особенно сложным в таком многостороннем сотрудничестве оказывается выполнение каждой стороной взятых на себя обязательств, а также достижение равноправных и открытых отношений между ними.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Карамашева А.А. Культурный туризм и его значение в социокультурном развитии регионов в условиях глобализации : автореф. дисс. ... канд. культурологии. – М., 2004.

Клейман А.А. Государственно-частное партнёрство: мировой и отечественный опыт (доклад) // Государственно-частное партнерство в сфере туризма: практика, проблемы, перспективы : материалы всероссийской научно-практической конференции 10–11 апреля 2009 года. – СПб. : Д.А.Р.К., 2009. – 256 с. С. 44–54.

Клейман А.А. Особенности развития туризма в условиях инновационно-креативной экономики (статья) // Туризм и культура в современном мире : материалы Международной научно-практической конференции, 13–14 октября 2011 г. – СПб. : Астерион, 2012. – 414 с. – С. 223–232.

Сущинская М.Д. Культурный туризм : учебное пособие / М.Д. Сущинская. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 128 с.

Тарасова О. Ю. Влияние региональных условий на развитие менеджмента туризма : автореф. дисс. ... уч. ст. канд. эконом. наук. – Тамбов, 2002.

УДК 316.4

К ВОПРОСУ ОБ ЭТНИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЯХ РУССКИХ ТУРИСТОВ

О.Е. Комаров, К.И. Трубецкая

Рассмотрены основные этнические особенности поведения русских туристов в условиях развития трансграничного туризма. Особое внимание уделено наиболее типичным национальным чертам и наиболее распространенным стереотипам о русских.

Ключевые слова: национальные черты, этнические стереотипы, этнические особенности, русские туристы.

Русские являются не только самым крупным народом России, но и одним из наиболее крупных этносов в этносоциальной структуре практически всех стран постсоветского пространства (в том числе и Казахстана). В условиях развития трансграничного туризма следует особое внимание уделить исследованию отличительных национальных черт и особенностей поведения, которые во многом определяют процессы формирования различных стереотипов о русских в зарубежных странах.

Как отмечал еще Н.А. Бердяев, рассуждая о различии между русским отношением к обсуждению вопросов и западноевропейским, русские рассматривают проблемы по существу, а не в культурном отражении. Русские гораздо более социабельны, более склонны и более способны к общению, чем люди западной цивилизации. У русских нет условности в общении. У них есть потребность видеть не только друзей, но и хороших знакомых, делиться с ними проблемами и переживаниями, спорить. Русские очень склонны соединяться в кружки и группы, спорить в них о мировых вопросах.

Русский народ есть в высшей степени поляризованный народ, он есть совмещение противоположностей. Им можно очаровываться и разочаровываться, от него можно ждать неожиданностей. Противоречивость и сложность русской души может быть связана с тем, что в России сталкиваются и приходят во взаимодействие два потока мировой истории Восток и Запад. [Организационное поведение, 2001, С. 304].

Ф.М. Достоевский выделял национальные черты русских, которые на наш взгляд остаются актуальными и в настоящее время:

- простодушие;
- вера в идеал;
- мечтательность;
- идея общинности;
- неприятие еврейского элемента в государственной жизни России;
- убеждение в том, что все заграничное (особенно, «западное») всегда лучше отечественного;
- амбивалентность кротости и крутости, жертвы и палача, разбойника и святого;
- смесь грубости и теплоты, неотесанности и обаятельности;
- русский человек одновременно хитрый и обезоруживающий;
- типичное сочетание высокой дисциплинированности в одних случаях с ее полным отсутствием в других;
- постоянство во всем [Организационное поведение, 2001, С. 304–305].

Конечно, перечисленные выше национальные черты русского народа находятся в явном противоречии с современными этническими стереотипами о русских, которые в большинстве зарубежных стран формируются под влиянием западных СМИ и особенно американских «художественных фильмов», в которых сохраняется устойчивый интерес к неприглядному изображению русских [Тусельбаева, Оршуляк, 2012].

По мнению американцев, главными чертами русских являются эмоциональность, загадочность русской души, алогичность мышления, отсутствие рациональности, жестокость, лень, доброта, терпимость, гостеприимство, широта натуры, подозрительность, религиозность, покорность, тяга к страданию, пессимизм и фатализм.

Русские обычно изображены в голливудских фильмах как люди очень большие, темноволосые, бородатые и порой неуклюжие. Русские занимаются в основном криминальным бизнесом, экспортом оружия, водки и икры, а также видами занятий связанных с криминалом: бандиты, воры в законе, бывшие заключенные и проститутки. В США русских часто изображают в виде жестоких шпионов, целью которых является заполучить какие-либо секретные данные о США, которые помогут русским каким-либо образом навредить Америке или президенту. Человека, не имеющего большей возможности шпионить в США, отправляют на родине в тюрьму, так как он больше ничем не может быть полезен России. Русские покорны обстоятельствам и привыкли заливать свое горе алкоголем.

Из американских фильмов можно сделать вывод, что традиционным русским блюдом является борщ, также русские предпочитают картошку, капусту и, конечно же, традиционным русским напитком является водка, которую принято употреблять, начиная с утра, при этом сопровождая распитие тостом «*Na Zdorovie!*».

Часто в фильмах можно увидеть, как главные герои посещают русский ресторан с национальной кухней, в меню которого обязательно присутствуют котлеты по-киевски, а музыканты играют исключительно на балалайках знаменитую «Калинку-малинку» или «Коробочку».

Таким образом, среди наиболее распространенных этнических стереотипов о русских, по мнению американцев, можно выделить следующее:

1) склонность к страданию и безропотности русского народа, то есть русские практически всегда смиренно поступают против своих интересов, если того требует ситуация;

2) пессимизм и фатализм, которые американцы объясняют тем, что Россия все-таки является более восточной страной;

3) однообразность жизни русского человека и его культуры, также ее устойчивость, не смотря на время;

4) стереотип об уверенности русских в своей уникальности и в миссионерскую роль русского народа;

5) противоречивость русской культуры, враждебность к другим культурам, агрессивность.

К сожалению, в отношении туристской деятельности многие перечисленные выше стереотипы о русских (не только о россиянах, но и о других русских со всего постсоветского пространства) становятся еще более утрированными и нередко имеющими исключительно негативную окраску. Как показали многолетние включенные наблюдения одного из авторов настоящей работы, проведенные в разное время в различных зарубежных странах (ОАЭ, Турция, Египет, Индия, Таиланд и др.), некоторые туристы являются причиной негативного восприятия иностранцами русских.

Конечно, в среде русских есть масса высокообразованных людей с высоким уровнем общей культуры (руководители бюджетных организаций, ученые, профессора, преподаватели и сотрудники вузов, учителя, работники культуры и искусства, врачи и др.), но с относительно низкими доходами, которые не позволяют им отдохнуть в дальнем зарубежье.

Как правило, подавляющее большинство туристических путевок приобретают граждане с относительно высокими доходами (различные предприниматели, криминальные элементы, элитные проститутки, офисные работники частных фирм, некоторые высокооплачиваемые рабочие и др.) и низкой общей культурой, которые привыкли измерять успешность исключительно деньгами, нередко полученными противоправным путем. Именно данная категория туристов в основном и представляет постсоветское пространство в дальнем зарубежье.

Соответственно из-за некоторых туристов этой категории (отдельных лиц русской национальности с низкой культурой и с высокими доходами) на различных этапах отдыха и складывается в целом негативное отношение к русским, обусловленное особенностями их мировоззрения и спецификой поведения:

1) при выборе направления и самого тура обращают внимание лишь на цены, звездность отелей и наличие системы «All inclusive» или «Ultra all inclusive», игнорируя иные условия (как правило, покупают «горячий тур» или приобретают путевки по максимально низкой цене);

2) «традиционные» опоздания к отлету самолета (из-за которых задерживают вылет чартерных рейсов), к трансферу в отель и из отеля, на экскурсии и др.;

3) наличие специфических субкультурных традиций (например, хлопать в ладоши при взлете и посадке самолета);

4) нахождение отдыхающих в «хронически» нетрезвом состоянии: до отлета самолета, на борту самолета, после приобретения выпивки в «Duty Free» в аэропорту прибытия, по пути в отель, сразу по прибытии, а также на протяжении всего отдыха, на экскурсиях и развлекательных программах и др.;

5) при организации питания по системе «шведский стол» набирают в несколько раз больше пищи, чем способны съесть, а также при раздаче десертов, закусок, выпечки и мороженого набирают в несколько раз больше, чем способны употребить;

6) провоцирование конфликтных ситуаций и причинение беспокойства другим отдыхающим и персоналу отеля;

7) крайне неуважительное отношение ко всем группам иностранцев вне зависимости от страны нахождения и даже при доброжелательном отношении иностранцев к русским (применение табуированной лексики, а также вульгарных и крайне оскорбительных клише: чернокожий – «нигер» или «негритос», француз – «лягушатник», итальянец – «макаронник», финн – «финник», американец – «америкос» и др.);

8) незнание иностранного языка или нежелание его использовать в силу пренебрежительного отношения к иностранцам;

9) искреннее удивление по поводу незнания или недостаточного владения русским языком иностранцами (типа: «мы здесь уже два дня, а они ещё не выучили русский язык»);

10) при показательной демонстрации высокого уровня благосостояния (дорогие наряды и ювелирные украшения – огромные золотые цепи, браслеты, кольца, серьги и др.) характерен мелочный торг при приобретении товаров или экскурсий, а также нежелание давать небольшие «чаевые» персоналу за хорошо оказанные услуги (горничным, водителям, официантам, барменам и др.);

11) совершение мелких противоправных действий (оскорбления в адрес отдыхающих и персонала отеля, нанесение побоев другим отдыхающим и персоналу отеля, хулиганство, порча имущества отеля, воровство мелких вещей из отеля – столовых приборов, посуды, полотенца, халатов и др.);

Как нам представляется, хорошо показаны типичные особенности поведения некоторых таких русских туристов в телепередаче «Наша Раша», где герои, приехавшие из Нижнего Тагила, отдыхают в турецком отеле. Однако данный стереотип полюбившегося зрителям русского туриста представляет угрозу, как для позитивного восприятия русских, так и для развития трансграничного туризма, поскольку зритель подсознательно самоидентифицируется с героями и оправдывает их поступки тем, что «они наши». И нам приходилось неоднократно наблюдать на отдыхе, что многие молодые люди пытаются копировать манеры данных антигероев, что вызывает шок у работников отелей и иностранных туристов.

Рассмотренные в работе некоторые негативные стереотипы в отношении поведения русских туристов и восприятия их иностранцами – это лишь отдельные черты, которые не могут быть применимы к русским в целом, так как в любом народе есть как хорошие, так и плохие люди.

Великий русский народ имеет прекрасные традиции коллективизма, гостеприимства и взаимопомощи, а также и нравственные ценности – справедливость и правдивость. И как правильно отмечает Ю.И. Романов: «В повседневном общении русские не холодно вежливы, как люди Запада, но скорее гостеприимны, простодушны и доверчивы.

Иностранцы не устают повторять, что русские непредсказуемы. Их любовь к максимализму может выразиться как в аскетизме, так и в экстремизме, как в бесконечной доброте, так и в ярости самопожертвования. «Загадочная русская душа» с ее высочайшими духовными «взлетами» и «безднами» пока еще остается загадкой не только для западного мира, но и в какой-то мере для самих русских» [Романов, 2007, С. 190].

На наш взгляд необходимо разработать комплексную программу по формированию позитивного имиджа русского народа, поскольку у русских на протяжении тысячи лет развивалась великая культура, которая, к сожалению, под воздействием засилья поп-культуры была незаслуженно забыта. Именно русская (позднее советская) культура дала миру творческие шедевры в самых разных областях – литературе, живописи, архитектуре, музыке, кино, театре, балете, науке, философии и общественности.

По нашему мнению, формированию позитивного имиджа русского туриста во многом будет способствовать как само развитие туристского высшего профессионального образования (в частности разработка и внедрение в учебный процесс дисциплин «Социология туризма» и «Культура туризма и гостеприимства»), так и изучение студентами всех специальностей в курсе общеоб-

разовательных социально-гуманитарных дисциплин («Социология», «Культурология», «Философия» и др.) отдельных тем, посвященных развитию культуры современного общества, где особое место должно быть отведено вопросам перспектив выхода из кризиса русской культуры и формированию новой национальной идеологии.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Организационное поведение : учебник для вузов / А.Н. Силин, С.Д. Резник, А.Н. Чаплыгина, Н.Г. Хайруллина, Э.Б. Воронова / под ред. проф. Э.М. Короткова и проф. А.Н. Силина. – Тюмень : «Вектор Бук», 2001. – 340 с.

Тусельбаева Ж.А. Оршуляк М.А. Художественный фильм как отражение этнических стереотипов: стереотипы американцев о русских // Вестник Инновационного Евразийского университета. – 2012, №2. – С. 129–138.

Романов Ю.И. Культурология. – СПб. : Питер, 2007. – 206 с.

УДК 332.135: (470.26+470.23)

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ОПЫТА ЕВРОРЕГИОНОВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТРАНСГРАНИЧНОЙ КООПЕРАЦИИ ПРИГРАНИЧНЫХ РЕГИОНОВ РОССИИ

В.С. Корнеевец, Г.М. Федоров

В условиях глобализации быстро развивается процесс транснациональной и трансграничной регионализации. Проявлением трансграничной регионализации является формирование еврорегионов. Этот процесс активно происходит в Балтийском регионе. В нем участвуют расположенные на Балтике приграничные субъекты Российской Федерации. Еврорегионы играют положительную роль в развитии кооперации России и стран ЕС, способствуют социально-экономическому развитию приграничных регионов. Целесообразно расширение и углубление трансграничных связей в рамках сотрудничества еврорегионов, распространение полученного опыта на сотрудничество других приграничных территорий России с регионами соседних стран.

Ключевые слова: трансграничная регионализация, еврорегион, Балтийский регион, трансграничное сотрудничество

С развитием процесса глобализации в особенностях процесса регионализации появилось и новое качество: формирование не только национальных, но и международных – транснациональных и трансграничных – регионов. Этот процесс активно изучается учеными БФУ им. И. Канта, работающими в тесном сотрудничестве с коллегами из Санкт-Петербургского государственного университета. Двумя вузами совместно выпускается журнал «Балтийский регион», издаваемый на русском и английском языках и входящий в известный перечень ВАК, в который входят журналы, где рекомендуется публиковать результаты исследований соискателям кандидатских и докторских степеней. Учеными БФУ им. И. Канта выпущен ряд монографий, посвященных трансграничному сотрудничеству на Балтике [Балтийский регион..., 2006; Клемешев, 2005; Клемешев, Федоров, 2004; Корнеевец, 2010(а), Корнеевец, 2010(б); Миграционные процессы, 2008; Северо-Запад России, 2008; Федоров, Зверев, Корнеевец, 2013; Федоров, Корнеевец, 2008].

На начальных стадиях формирования еврорегионов речь обычно идет, прежде всего, о сотрудничестве органов власти приграничных территорий соседних стран. Затем в сотруд-

ничество вовлекаются учреждения образования и культуры, здравоохранения, некоммерческие организации. И, наконец, становятся более тесными контакты хозяйствующих субъектов.

Одним из факторов их создания стало расширение и активизация деятельности транснациональных корпораций. Для них снижение барьерных функций границ в ходе глобализации стало фактором размещения своих объектов на соседних трансграничных территориях, в том числе путем создания сетевых структур, использования трудовых ресурсов соседних территорий, получения общего рынка сбыта товаров и услуг.

Но формирование трансграничных регионов стимулирует не только деятельность транснациональных корпораций. На приграничных территориях соседних стран часто налаживается кооперация самостоятельных средних и малых предприятий, даже индивидуальных предпринимателей (технологическая, затрагивающая разные стадии производства продукта, и подетальная, когда детали для последующей сборки готовой продукции производятся в соседних странах). Такая кооперация развивается, в частности, между предприятиями Калининградской области и соседних территорий Польши. Так, в приграничных с Калининградской областью районах Польши сконцентрировано производство деталей для сборки мебели, осуществляемой калининградскими предприятиями.

Условием, необходимым для возникновения трансграничного региона, является *граница*. Однако наличия границы недостаточно для того, чтобы стал формироваться трансграничный регион, для этого требуется, чтобы субъекты по обе стороны границы были *заинтересованы* в сотрудничестве, то есть в развитии тех или иных связей – политических, экономических, социальных и т.д., и, кроме того, *отсутствовали бы препятствия* к налаживанию связей и развитию сотрудничества.

Вместе с тем взаимодействие любых соседних регионов можно оценить неоднозначно. С одной стороны, они часто выступают взаимными конкурентами, поскольку сходные ресурсы и условия их развития обуславливают производство единообразных товаров и услуг на внешний рынок. Так, порты Прибалтики, Северо-Запада России и Калининградской области конкурируют в обслуживании российских внешнеэкономических связей. Российский Калининград и литовская Клайпеда – конкуренты в обработке белорусских грузов. Характерна конкуренция туристических макро- и микрорегионов многих соседних стран (от давнего соперничества французской и итальянской Ривьеры до возникновения нового туристического региона во французской Каталонии, который вскоре может стать опасным конкурентом для испанских побережий Коста-Браво и Коста-Дорадо). Такими же конкурентами выступают польское, литовское и российское побережья Юго-Восточной Балтики. Однако трансграничные регионы обладают и значительным потенциалом сотрудничества, которое, с одной стороны, может включить в действие мультипликативный эффект концентрации туристических услуг на компактной территории, а с другой – активно использовать имеющиеся различия природных, культурно-исторических и экономических условий для диверсификации производства услуг.

Приграничные российские районы в силу своего географического положения являются «зоной контакта» России с внешним миром. Использование этого контактного потенциала, развитие приграничного сотрудничества с регионами соседних стран может и должно стать базой для ускоренного развития приграничных регионов – «коридоров развития» и вывода из депрессивного состояния регионов, пока еще слабо развивающих трансграничное сотрудничество.

Однако российские регионы участвуют в трансграничной кооперации довольно слабо. Это объясняется несколькими причинами, каждая из которых достаточно существенна.

Во-первых, рыночная экономика в России имеет слишком непродолжительную историю, и пока накоплено мало навыков развития горизонтальных (а не вертикальных, как в прежней административно-командной экономике) связей. Даже внутри самой России межрегиональная кооперация крайне слаба, не говоря уже о связях с приграничными регионами соседних стран.

Во-вторых, Россия граничит преимущественно со странами, приграничные регионы которых не имеют достаточного опыта трансграничной кооперации. А иногда такую кооперацию трудно осуществлять в силу природных особенностей территории (горы, леса, пустыни).

В-третьих, хотя Россия сейчас граничит с пятью странами, входящими в Европейский союз, где трансграничное сотрудничество развивается, возможно, более активно, чем в других регионах мира, политические отношения с некоторыми из них не способствуют развитию взаимных связей.

В российских интересах – изучить опыт формирования в Евросоюзе трансграничных регионов, активно сотрудничающих с соседями, и использовать этот опыт для развития трансграничного сотрудничества. Таким регионом сотрудничества может и должен стать Балтийский регион, в котором Россия непосредственно соседствует с Евросоюзом.

Имеется соблазн назвать трансграничным регионом любые соседние приграничные регионы, расположенные по обе стороны границы. Но с точки зрения системного подхода (а любой регион есть территориальная система, образованная в результате взаимодействия ее элементов) такую позицию следует признать ошибочной, особенно если вести речь о когерентных регионах. Главным признаком трансграничного региона, отличающим его от простого соседства приграничных территорий разных стран, должна стать развитость взаимных связей регионов, расположенных по разные стороны границы.

Развитие трансграничных связей и участие в различных формах трансграничного сотрудничества является важным инструментом преодоления негативных последствий периферийности приграничных территорий. Поэтому изучение мирового (прежде всего европейского) опыта развития трансграничных связей и формирования на их основе трансграничных регионов представляется особенно актуальным для регионов России. Хотя на границе с Евросоюзом расположены только пять субъектов РФ (Республика Карелия, Мурманская Ленинградская, Псковская и Калининградская области), именно эти регионы в настоящее время являются наиболее активными участниками трансграничной кооперации и уже сегодня выступают в качестве лаборатории интеграционных процессов между Россией и ЕС.

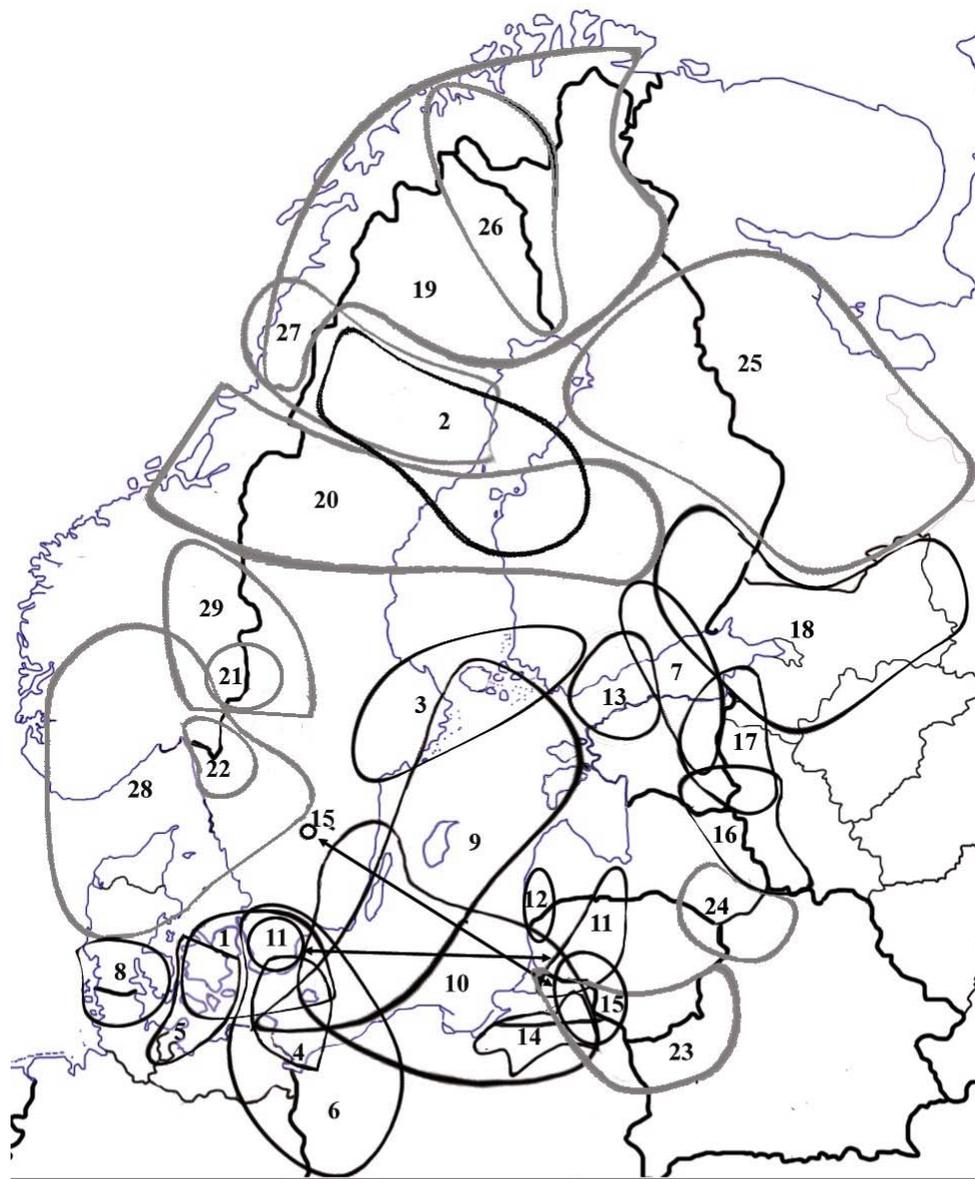
Сотрудничество между Российской Федерацией и Европейским союзом достигло нового уровня – уровня регионов. В результате возрос интерес к Калининградской области со стороны государств региона Балтийского моря, что привело к активизации процессов приграничного сотрудничества между областью и ее соседями по региону Балтийского моря – странами-членами Евросоюза.

Приграничное сотрудничество предполагает помощь российским регионам со стороны Европейского союза в различных сферах – охрана окружающей среды, передача опыта по вопросам регионального и муниципального управления и развития гражданского общества, решение проблем социального характера. Хорошей основой для развития приграничного сотрудничества являются культурные связи.

Одной из наиболее перспективных форм трансграничного сотрудничества, важной для международной кооперации в различных сферах, являются еврорегионы (ассоциации приграничных регионов и муниципалитетов разных стран). Их создание (первым из еврорегионов стал EUREGIO, основанный в 1958 г. на немецко-голландской границе) может расцениваться как этап институционализации трансграничных регионов. Еврорегионы имеют долгосрочные цели социальной и экономической интеграции по обе стороны границы.

Они представляют собой группы регионов стран ЕС или граничащих с ЕС государств, между которыми заключено соглашение о сотрудничестве. Предметом сотрудничества выступают различные сферы деятельности, относящиеся к компетенции регионов (административно-территориальных единиц и муниципальных образований). По сути, территории еврорегионов – это наиболее оформленные, институализированные трансграничные регионы. В Балтийском макро-

регионе насчитывается 29 еврорегионов и аналогичных им новых пространственных форм экономической интеграции (см. рис.).



-  Еврорегионы, полностью находящиеся на территории Балтийского региона
-  Еврорегионы, включающие территории, не входящие в Балтийский регион

Еврорегионы в Балтийском макрорегионе
 Источник: [Федоров, Зверев, Корнеев, 2013, с. 143]

Еврорегионы в Балтийском регионе

Номер на карте	Название (в скобках – год создания)	Страны-участницы
<i>Полностью находящиеся на территории Балтийского макрорегиона</i>		
1	Комитет «Эресунн» (1964)	Дания, Швеция
2	Совет «Кваркен» (1972)	Швеция, Финляндия
3	Кооперация «Архипелаг»	Швеция, Финляндия
4	Кооперация «Четырех углов» (1980)	Дания, Швеция, Германия, Польша
5	Сторстрем – Остгольштейн – Любек (1990)	Германия, Дания
6	Еврорегион «Померания» (1995)	Германия, Польша, Швеция
7	Финско-эстонская кооперация 3+3 (1995)	Финляндия, Эстония
8	Сондериеланд – Шлезвиг (1997)	Германия, Дания
9	«Острова Балтийского моря Б7» (1997)	Эстония, Германия, Дания, Швеция, Финляндия
10	Еврорегион «Балтика» (1998)	Польша, Литва, Швеция, Дания, Россия
11	Еврорегион «Сауле» (1999)	Литва, Латвия, Россия, Швеция
12	Еврорегион «Бартува» (2000)	Латвия, Литва
13	Еврорегион «Хельсинки – Таллин» (2003)	Финляндия, Эстония
14	Еврорегион «Лына – Лава» (2003)	Польша, Россия
15	Еврорегион «Шешупе» (2003)	Россия, Литва, Польша, Швеция
16	Еврорегион «Псков – Ливония» (2004)	Россия, Эстония, Латвия
17	Кооперация «Территория трансграничного сотрудничества Чудского озера» (1993)	Эстония, Россия
18	Юго-Восточная Финляндия – Россия	Финляндия, Россия
<i>Включающие также территории, не входящие в Балтийский регион</i>		
19	Комитет «Нордкаллоттен» (1971)	Норвегия, Швеция, Финляндия
20	Комитет «Миттнорден» (1977)	Норвегия, Швеция, Финляндия
21	Кооперация «Арко» (1978)	Норвегия, Швеция
22	Комитет «Эстфолль – Бохус» (1980)	Норвегия, Швеция
23	Еврорегион «Неман» (1997)	Польша, Литва, Беларусь, Россия
24	Еврорегион «Страна озер» (1999)	Литва, Латвия, Беларусь
25	Еврорегион «Карелия» (2000)	Финляндия, Россия
26	Совет «Долины Торнио» (1987)	Финляндия, Норвегия, Швеция
27	Миттскандия (1980)	Норвегия, Швеция
28	Каттегат – Скагеррак	Дания, Норвегия, Швеция
29	Вермланд – Хедмарк – Акерсхус – Этфолл	Норвегия, Швеция

Источник: [Федоров, Зверев, Корнеев, 2013. – с. 144–145].

Создание еврорегионов с российским участием началось во второй половине 1990-х гг. Сейчас субъекты РФ и их муниципальные образования входят в 7 еврорегионов: Калининградская область и/или ее муниципальные образования – в еврорегионы «Балтика», «Неман», «Сауле», «Лына-Лава», «Шешупе», Псковская область – в еврорегион «Псков-Ливония», Республика Карелия – в еврорегион «Карелия». Кроме того, существуют еще два сходных образования с включением РФ, не носящих название еврорегионов – кооперация «Территория трансгра-

ничного сотрудничества Чудского озера» и «Юго-Восточная Финляндия – Россия», с участием Псковской и Ленинградской области.

Создание еврорегионов может расцениваться как этап институционализации трансграничных регионов и преследует долгосрочные цели социальной и экономической интеграции по обе стороны границы. Именно такие процессы происходили в результате создания «первой волны» еврорегионов внутри границ Европейского союза. Второй тип еврорегионов – трансграничные регионы, созданные на границе между «старыми» государствами-членами Евросоюза и бывшими странами-кандидатами с целью поддержки процесса расширения ЕС и обеспечения условий для социально-экономической интеграции. Еврорегионы третьего типа – находящиеся между странами ЕС и сопредельными государствами (в том числе Россией) – наиболее уязвимы, поскольку в самой основе их лежит внутреннее противоречие между целями развития приграничного сотрудничества и «содействия взаимным контактам» и правилами Шенгенского соглашения, суть которого – держать внешнюю границу Евросоюза «на замке». Другими проблемами, снижающими результативность деятельности еврорегионов с участием России, являются существующие административные барьеры, отсутствие общего видения будущего развития.

Вне зависимости от формулировки целей создания деятельность еврорегионов реально направлена на развитие приграничного сотрудничества с целью преодоления недостатков приграничного (то есть периферийного) положения входящих в них субъектов и, если говорить об экономике, то, в конечном счете, для получения конкурентных преимуществ по сравнению с другими регионами. Не случайно сотрудничество регионов все более переносится из социально-культурной плоскости в сферу развития производственной и социальной инфраструктуры.

Российские регионы на Балтике хотя и участвуют в различных формах трансграничного сотрудничества, в том числе в таких пространственных формах, как еврорегионы, однако это участие недостаточно активно. Особенно актуально приграничное сотрудничество со странами ЕС для Калининградской области РФ. Область и ее муниципальные образования задействованы в разнообразных формах трансграничного сотрудничества, включая пять еврорегионов.

Для Калининградской области развитие разнообразных форм трансграничного сотрудничества – важнейший фактор преодоления недостатков эксклавности и использования выгод соседства со странами ЕС. Развитие Калининградской области как российского эксклава внутри новых границ Евросоюза в последнее время вошло в перечень приоритетных проблем. Особый интерес вызывают такие вопросы, как совершенствование приграничной и транспортной инфраструктуры, гармонизация процедур таможенного контроля, выравнивание социально-экономического положения. Занимая в Юго-Восточной Балтике центральное положение, Калининградская область является ее территориальным ядром и имеет предпосылки усиления своего социально-экономического значения на основе интенсификации трансграничных связей.

Развитие трансграничной кооперации через формирование еврорегионов, включающих в свою сферу не только сотрудничество в социально-культурной сфере, но и производственную деятельность, не только снижает недостатки приграничного положения регионов, но и может содействовать их превращению в своеобразные «коридоры развития» между внутренними регионами различных стран. Некоторые из таких регионов, через которые осуществляются внешние связи соответствующих стран (например, Санкт-Петербург и при определенных условиях Калининград), могут вместе со своими партнерами стать не «двойной периферией», а трансграничными «полюсами роста» экономики. Поэтому российским регионам целесообразно активно участвовать в деятельности еврорегионов и способствовать разработке и реализации стратегических планов их развития.

Развивающееся приграничное сотрудничество, поощряемое Евросоюзом, стало одним из факторов экономической интеграции европейских стран. Делаются попытки перейти в рамках еврорегионов от двустороннего к многостороннему сотрудничеству. Российские территории на Балтике находятся в выгодном положении, поскольку с их участием развитие международного

сотрудничества в регионе наиболее эффективно. Это обусловлено как топливными и сырьевыми ресурсами России, к которым Германия и расположенные на Балтике страны Северной Европы могут получить через балтийские регионы России, так и обширным российским рынком, удобный доступ к которому также обеспечивают Санкт-Петербург и Калининград.

Включение российских предприятий в интернационализированные технологические цепочки на стадии обработки продукции, кооперация в сфере транспортных и туристических услуг – наиболее реальные ближайшие направления улучшения геоэкономических позиций России в мире. Одна из возможностей ускорить этот процесс – балтийская кооперация, стимулируемая созданием еврорегионов и выполнением международных программ содействия транснациональному сотрудничеству (программы соседства и нового формата сотрудничества, каким с 2007 г. стал Европейский инструмент соседства и партнерства).

При разработке программ трансграничной кооперации следует учитывать, что международное регионообразование подчиняется следующим закономерностям:

1. В условиях глобализации неизбежно формируются международные регионы разных территориальных уровней с целью усиления конкурентоспособности приграничных территорий в глобальном экономическом, политическом, социальном пространстве.

2. Субъектами международной регионализации становятся не только государства, как ранее, но и их административно-территориальные и муниципальные образования, хозяйствующие субъекты, объекты социальной сферы, некоммерческие организации.

3. Международная регионализация развивается от стихийно формирующихся международных регионов по направлению к их целенаправленному созданию более мощными в экономическом и политическом отношении государствами.

4. Активной стороной международной регионализации выступают субъекты, принадлежащие экономически более развитым странам, поэтому они получают более значительные преимущества по сравнению с партнерами; однако и последние имеют значительные выгоды.

5. С развитием международной регионализации формируются и совершенствуются новые формы международной пространственной организации экономики, становящиеся ядрами формирующихся международных регионов разного уровня.

Для обоснования целей и перспективных пространственных форм международного сотрудничества и регионообразования необходимо развивать теорию транснациональных и трансграничных регионов, обращая внимание на новые пространственные формы международной экономической интеграции, нацеленные на совершенствование региональной политики и внедрение перспективных форм международной экономической интеграции. Теория должна основываться на достижениях отечественной и зарубежной региональной науки, учитывать стратегии Российской Федерации и Европейского союза, а также других соседних с Россией стран в отношении друг друга, принимать во внимание интеграционный потенциал российских регионов, отвечать национальным интересам РФ, обеспечивая развитие экономически выгодной стране международной кооперации и интеграции. Необходимо определить пути повышения активной роли российских регионов, которые должны стать не только партнерами, но инициаторами налаживания взаимовыгодных связей. Приграничные регионы благодаря развивающемуся сотрудничеству могут компенсировать недостатки периферийного положения в своей стране и, используя взаимное дополнение различающихся экономик регионов, расположенных по обе стороны границы, стать полюсами роста экономики государств, участвующих в кооперации. Целесообразно организовать ассоциацию субъектов РФ и их муниципальных образований, участвующих в деятельности еврорегионов, для обмена опытом и обеспечения более активной позиции российской стороны в трансграничном сотрудничестве.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Балтийский регион как полюс экономической интеграции Северо-Запада Российской Федерации и Европейского союза // под ред. В.П. Гутника, А.П. Клемешева. – Калининград : Изд-во РГУ им. И. Канта, 2006. – 392 с.

Клемешев А.П. Российский эксклав: преодоление конфликтогенности. – СПб. : Изд-во СПбГУ, 2005. – 264 с.

Клемешев А.П., Федоров Г.М. От изолированного эксклава – к «коридору развития». Альтернативы российского эксклава на Балтике. – Калининград : Изд-во КГУ, 2004. 253 с.

Корнеевец В.С. Международная регионализация на Балтике. – СПб. : Изд-во СПбГУ, 2010. – 207 с.

Корнеевец В.С. Формирование трансграничных мезорегионов на Балтике. – Калининград : Изд-во РГУ им. И. Канта, 2010. – 80 с.

Миграционные процессы в юго-восточной части региона Балтийского моря // под ред. Л.Л. Емельяновой, Г.М. Федорова. – Калининград : Изд-во РГУ им. И. Канта, 2008. – 278 с.

Северо-Запад России в регионе Балтийского моря: проблемы и перспективы экономического взаимодействия и сотрудничества // под ред. Я. Заухи, Г. Федорова, Л. Лимонова, Н. Одинг. – Калининград : Изд-во РГУ им. И. Канта, 2008. – 295 с.

Федоров Г.М., Зверев Ю.М., Корнеевец В.С. Россия на Балтике: 1990–2012 годы. – Калининград : Изд-во БФУ им. И. Канта, 2013. – 252 с.

Федоров Г.М., Корнеевец В.С. Экономическое развитие стран Балтийского региона в 1990–2007 годах. – Калининград : Изд-во РГУ им. И. Канта, 2008. – 92 с.

УДК 796.51

РАЗВИТИЕ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА В РАМКАХ ЕВРОРЕГИОНА «СЛОБОЖАНЩИНА»

Е.И. Макринова, В.В. Пигорева

В статье рассмотрен опыт трансграничного сотрудничества в сфере туризма Белгородской области России и Харьковской области Украины

Ключевые слова: трансграничное сотрудничество, туристский кластер, Харьковская область, Белгородская область, рекреационный потенциал, туристский объект

Трансграничное сотрудничество в широком смысле означает какие-либо совместные действия, направленные на усиление и углубление добрососедских отношений между территориальными общинами или властями, которые находятся под юрисдикцией двух или нескольких договорных сторон и на заключение с этой целью каких-либо необходимых соглашений. В данном аспекте трансграничное сотрудничество осуществляется в пределах компетенции территориальных общин или властей, определенной внутренним законодательством.

В современных условиях такой вид сотрудничества приобретает важное значение, поскольку открывает широкие возможности для возникновения и развития кооперации во многих направлениях хозяйственной деятельности и общественной сферы, способствуя росту экономической и социальной активности приграничных территорий, выявлению и реализации резервов повышения качества жизни населения.

Особенно актуальной, на наш взгляд, рассматриваемая проблема представляется применительно к туристской отрасли, где трансграничное сотрудничество может выступить в качестве важного фактора модернизации экономики и стабилизации социальной сферы приграничных

регионов, путем интеграции совместных усилий для решения ключевых задач развития туристского пространства.

Интенсивный рост туристской индустрии в XXI веке обуславливает необходимость создания наиболее эффективных трансграничных союзов, которые принесут в бюджет страны иностранные инвестиции [Стратегия развития..., 2008]. Именно эти формы сотрудничества являются наиболее востребованными на современном этапе развития человечества, а значит – требуют дальнейшего исследования и развития.

По нашему мнению, в системе трансграничного сотрудничества между Россией и Украиной заложены определенные преимущества, которые могут быть реализованы в сфере туризма:

- во-первых, туризм является ведущей отраслью развитых стран мира, которая приносит значительную долю поступлений, до 20%, однако ни одна из стран, пока не имеет таких высоких показателей.

- во-вторых, развитие туризма способствует решению проблемы занятости населения путем создания новых рабочих мест;

- в-третьих, туризм способствует развитию торговли, поскольку на нее приходится около 10% всех потребительских расходов туристов в развитие стране пребывания. В случае России и Украины эти средства можно использовать для улучшения экологической ситуации, развития туристско-рекреационного комплекса, реализацию других мер, направленных на повышение туристской привлекательности;

- в-четвертых, туристская индустрия характеризуется высоким уровнем эффективности и окупаемости инвестиций, на нее сегодня приходится около 10% всех мировых инвестиций;

- в-пятых, туризм способствует улучшению экологии и сохранению объектов исторического и культурного наследия, формирующих туристский интерес и обуславливающих выбор тура в определенном регион мира.

Две традиционно сильные экономически-интегрированные области – Харьковская и Белгородская, после распада СССР, из-за разрыва хозяйственных связей существенно утратили позитивную динамику социально-экономического роста. Для восстановления этой динамики в конце 90-х годов XX в. возникла идея создания харьковско-белгородского трансграничного региона – еврорегиона «Слобожанщина» [Голиков, Черномаз, 2007].

В дальнейшем эта идея воплотилась в подписании соглашения о создании такого Еврорегиона 7 ноября 2003 года.

В 2007 году еврорегион «Слобожанщина» вошел в качестве полноправного члена в Ассоциацию европейских приграничных регионов, и в этом же году в Харькове была создана некоммерческая организация «Еврорегион Слобожанщина». Эта организация выдвинула ряд кластерных инициатив (трансграничные кластеры в области строительства, фармацевтического производства и «зеленого» (сельского) туризма), презентации которых успешно прошли как в Харькове, так и в Белгороде.

Туристический кластер (или объединение), созданный как форма сотрудничества между туристическими организациями Белгородской и Харьковской областей, помогает не только поддержать малый и средний бизнес, но делает туризм многофункциональным, разнообразным и самобытным.

29 мая 2008 года в Белгороде было подписано Соглашение о создании туристского кластера между Харьковской и Белгородской областями. Данное Соглашение явилось серьезным шагом на пути содействия устойчивому экономическому развитию Еврорегиона, а также серьезным стимулом для формирования кооперационных связей и сетей сотрудничества между предприятиями и организациями Белгородской и Харьковской областей.

В рамках кластера предусмотрена совместная работа по созданию совместных маршрутов для различных групп туристов, проведение совместных фестивалей, конкурсов.

Первым опытом сотрудничества в рамках заключенного Соглашения было проведение I Международного фестиваля-ярмарки народной культуры «Белгородская слобода 2008», в работе которого принял участие детский коллектив из Новой Водолаги, представители г. Купянска, ремесленники Харьковской области. Сегодня на Слобожанщине – свыше 300 объектов и территорий природно-заповедного фонда (украинский степной заповедник Михайловская целина, Ямская степь, Лес на Ворскле, заказники, дендропарк, ботанический сад и зоопарк в г. Харькове, заповедные урочища и др.).

Белгородская область, являясь приграничной, имеет значительный потенциал для развития внутреннего и въездного туризма: богатые рекреационные, культурно-исторические, военно-патриотические, фольклорно-этнографические и другие ресурсы, развитая транспортная система, включающая современный международный аэропорт, а также система средств размещения, связи и телекоммуникаций.

На территории Белгородской области насчитывается более двух тысяч объектов культурного наследия, представленных памятникам археологии, архитектуры, истории, прежде всего – воинской славы: мемориальный комплекс «Курская Дуга», государственный военно-исторический музей-заповедник «Прохоровское поле», Белгородский государственный историко-художественный музей-диорама «Курская битва. Белгородское направление».

Природно-климатические факторы позволили создать ряд лечебно-оздоровительных центров с высоким уровнем сервиса (санатории «Красиво», Борисовский район, «Дубравушка», Корочанский район и др.).

Вместе с тем, достаточно низкий уровень конкуренция среди предприятий средств размещения на территории Белгородской области определяет медленный рост качества предоставляемых услуг. Отсутствие информационной системы поддержки развития туризма, продвижения туристского продукта Белгородской области, не достаточная интеграция предприятий туристической индустрии с другими секторами региональной экономики существенно тормозят развитие внутрирегионального туризма.

Рассматривая туристско-рекреационный потенциал Харьковской области, необходимо отметить, что ее территория издревле считается центром восточно-украинских земель. Город Харьков был основан в 1654 году на слиянии рек Харьков и Лопань и стал центром Слобожанщины. Современная история Харьковской области ведется с момента ее образования 27 февраля 1932 года. Харьковская область находится на водоразделе Днепра и Дона, по ее территории протекает 156 рек, из которых наиболее крупные – Северский Донец, правый приток Дона, а также Оскол, Уды, Берека; 36 озер, а также около двух тысяч прудов, которые используются для орошения и водоснабжения, рыбного хозяйства и отдыха населения. Природно-заповеднический фонд Харьковской области насчитывает сегодня 210 территорий и объектов общей площадью 43,8 тыс. га [Черномаз, 2011].

Наиболее популярными туристскими объектами являются: мемориальный комплекс украинского философа-просветителя Г.С. Сковороды в с. Сковородиновцы; станция юных натуралистов (мини-зоопарк) (г. Балаклия); 400-летний дуб, который растет на берегу озера Лебязе; река Северский Донец, Меловые горы, урочище Гайдаки, а также памятники архитектуры: Покровский собор 1689 г.; Успенский собор 1771 г.; Екатерининский дворец XVIII ст.; Художественно-мемориальный музей И.Ю. Репина; Преображенский собор XVII ст. и др.

Несмотря на то, что Белгородская и Харьковская области никогда не рассматривались как центры туризма, в связи с созданием Еврорегиона «Слобожанщина» появились объективные возможности для изменения ситуации. На наш взгляд, развитие трансграничного сотрудничества Белгородской и Харьковской областей в сфере туризма в рамках Еврорегиона «Слобожанщина» открывает следующие перспективы:

- *узнаваемость территориального бренда региона на европейском уровне.* Еврорегион становится может стать общей визитной карточкой соседей во всей системе европейских гра-

ниц, отражающей не только экономический интерес деловых кругов по обе стороны границы, но и толерантность в вопросах культуры и языка. Как показывает практика создания подобных институтов, у инвесторов существенно повышается масштаб доверия к приграничью и соответственно уровень их инвестиционной привлекательности;

- *появление новой коммуникационной основы для сферы малого и среднего бизнеса, развития современной инфраструктуры, повышения мобильности населения и возрождения туризма* [Региони України 2009]. Именно благодаря Еврорегиону возникает реальная, а не декларируемая интеграция приграничных территорий в сфере общих жизненных интересов, связанных с улучшением качества жизни местного населения и занятостью;

- *разработка новых трансграничных туристических маршрутов, проведение совместных учебно-методических семинаров* с привлечением представителей других стран, которые имеют опыт по развитию туризма.

Таким образом, развитие трансграничного российско-украинского сотрудничества в сфере туризма в рамках Еврорегиона «Слобожанщина» дает ряд преимуществ, опосредовано стимулируя рост всех ключевых секторов экономики обеих стран. Активизация трансграничного сотрудничества в сфере туризма способствует увеличению инвестиций в туристскую отрасль, устойчивому развитию туризма, усилению позитивного имиджа на мировом рынке туристских услуг.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Голиков. А., Черномаз П. Еврорегион «Слобжанщина» как форма трансграничного сотрудничества сопредельных областей Украины и России // Регион: проблемы и перспективы. – Харьков, 2007. – №4.

Региони України 2009 : стат. довід / Держкомстат України: За ред. О.Г. Осауленка. – К. : Консультант, 2009. – 757 с.

Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года. – М., 2008.

Черномаз П.А. Еврорегион «Слобожанщина»: этапы формирования и перспективы развития // Международное сотрудничество приграничных регионов: история, экономика, политика, культура : материалы междунар. науч.-практ. конф., Курск, 19–20 сент. 2011 г. – Курск : Изд-во VIP, 2011. – С. 160–165.

УДК 796.51

ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ БОЛЬШОГО АЛТАЯ И ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ТРАНСГРАНИЧНОМ ТУРИЗМЕ

Н.Г. Прудникова

Рассмотрены особенности использования этнокультурного потенциала на территории Большого Алтая с позиции конкурентоспособности, основанного на этнокультурном наследии. Сформулированы предпосылки развития этнокультурного туризма на территории Большого Алтая.

Ключевые слова: этнокультурный потенциал, Большой Алтай, трансграничный туризм, конкурентоспособность региона

Проблема туристской конкурентоспособности регионов России является актуальной и в настоящее время идет процесс изменения понимания роли регионов в развитии страны, происходит осознание необходимости максимального использования их потенциала. Если раньше основным достоинством региона признавалась способность привлекать новые инвестиции и предприятия на свою территорию, а региональная политика сводилась к определению того, какие объекты и где следует размещать, то сейчас акцент делается на актуализацию внутреннего

конкурентного потенциала региона, формирование устойчивых конкурентных преимуществ, строящихся на существующих скрытых ресурсах местного сообщества.

Оценивая опыт развития этнокультурного туризма в зарубежных странах, можно сделать вывод, что в России сегодня имеются достаточные предпосылки для его развития, особенно на трансграничных территориях, к которому относится Большой Алтай, совмещающий в себе территории Республики Алтай, Баян-Ульгийского и Ховдского аймаков Монголии, Синьцзян-Уйгурского автономного округа Китая и Восточно-Казахстанской области Республики Казахстан.

В современный период развития туристского бизнеса повышаются ценности культурного разнообразия, самобытности, творчества, традиционного знания, ремесла. Они становятся фактором экономического развития, саморазвития местных сообществ. Культурное своеобразие формирует устойчивый интерес к этнокультурному наследию и спрос на этнокультурные услуги, что обеспечивает приток финансовых ресурсов для развития территорий; реализация потенциала этнической культуры становится одним из эндогенных факторов развития, способных перерасти в устойчивое конкурентное региональное преимущество. О небольшом вкладе этнокультурного туризма в российскую индустрию туризма свидетельствует факт отсутствия на отечественном туррынке широкого спектра турфирм, специализирующихся на этнокультурном туризме.

Совмещение отдыха с познанием жизни, истории и культуры другого народа – одна из задач, которую в полной мере способен решать этот вид туризма. Следует учитывать, что культурное наследие народа сохраняется не только в письменной истории, но и в его традициях и обычаях, представлениях об окружающем мире и верованиях, орудиях труда, пище, одежде и жилище, в памятниках древности и местах древних поселений, в легендах и эпических сказаниях, т.е. в этнокультуре.

Этническая культура – совокупность «компонентов материальной, духовной и социо-нормативной культуры, которые возникли среди данного этноса, являются для него специфическими, отличающимися в той или иной степени от бытующих среди него элементов иной этнической культуры и интернациональной культуры» [Кравченко, 2008]. Именно специфичность этнокультуры и определяет ее привлекательность для туристов, являющихся представителями других культур.

Большой Алтай богат этнокультурным наследием и представляет собой выдающееся явление глобального масштаба не только как объект интереснейшего природного и этнокультурного разнообразия, но и как духовная святыня для многих местных жителей. И каждая трансграничная территория уникальна своим этнокультурным разнообразием, но среди этого разнообразия можно увидеть общность и единство народа, населяющего эти территории.

Баян-Ульгийский аймак Монголии. Монгольский Алтай является домом для кочевой цивилизации, местом, где она формировалась. Эта земля и сейчас дает жизнь кочевникам. Здесь еще живы традиции и обычаи многих этнических групп (казахи, урянхайцы, хошуды, дербеты, тувинцы и халха). В Баян-Ульгийском аймаке на равноправной основе развиваются казахская и монгольская культуры. Значительная часть населения говорит на казахском языке, монгольский язык используется в качестве второго языка. Обычай, традиции, устройство жилища, культура питания, национальные одежды и ремесла все это показывает этнокультурное разнообразие Монголии. На этой прочной основе можно развивать этнокультурный туризм – одной из интереснейших традиций является – фестиваль охотников-беркутчи (на беркутов) и казахский праздник Наурыз. Охота с орлами предваряется проведением разного рода национальных игр (скачки, кокпар и другие). Интересно на территории аймака наблюдать за традиционными пастушескими хозяйствами – выпасом верблюдов, коз, яков, сарлыков и др. На территории аймака есть много археологических памятников с многочисленными каменными скульптурами (тюркские намогильные изваяния), наскальными рисунками – оленные камни, курганы, замечательная коллекция из 10000 петроглифов вблизи границы с Россией в Цагаан Сала (Бага-Ойгор).

Ховдский аймак Монголии. Ховдский аймак является единственным аймаком во всей Монголии, где проживают представители более 20 этнических групп монгольского, тюркского и хамниганского происхождения – халхасы, захчины, казахи, торгоуты, элюты, урянхайцы, мянгаты, дэрбэты. С давних времен особенностями менталитета жителей Ховд аймака являются решительность, трудолюбие, героизм. В аймаке Ховд сохранилось множество культурно-исторических памятников – в сомоне Жаргалант, центр Ховдского аймака, находится старая маньчжурская крепость («Сангийн хэрэм»). В сомоне Манхан расположены наскальные письмена – «Улан толгой бичээс». В сомоне Уенч – наскальные рисунки в ущелье Ямаан ус. В сомоне Мост в долине реки Бодонч сохранились курганы и комплекс оленных камней, монастыри (буддийский, мусульманский и христианский). Помимо исторических памятников, разнообразен культурный потенциал центра (войлочные изделия, казахские вышивки, народная одежда, костюмы). В Ховде проводятся концерты фольклорно-этнографических ансамблей, которые показывают особую музыкальную культуру, горловое пение, его оригинальность. В этнокультурном отношении интересны – урянхайцы, которые связаны с охотничьим промыслом, в котором установилась и сохраняется забота о размножении и охране зверей (с давних времен существует запрет на отстрел вожака стада, на животных с приплодом и т.д.) [Гандболд, 2006].

В обычаях урянхайских охотников мы можем заметить пережитки тотемизма, связанные с охотой и почитанием таких животных, как олени, волки, беркуты, коршуны и т.д. Влияние ламаизма на них почти не заметно. Достаточно широко распространено в обычаях и обрядах представление о существовании разума и сознания у животных и в предметах окружающего мира, а также наделение ими фантастических или мифических животных и растений. Иными словами, в почитании природы, в хозяйственных действиях людей сохранились в определенной мере традиции антропоморфизма.

Нетронутая природа Ховдского аймака, кочевой образ жизни и связанные с этим сохранившиеся традиции природопользования и тесного общения с природой – это огромный потенциал для развития этнокультурного туризма.

Синьцзян-Уйгурский автономный округ Китая. Синьцзян населяют 47 национальностей, наиболее многочисленные из них уйгуры, китайцы (хань), казахи, дунгане(хуэй), ойрат-монголы (калмыки), киргизы, сибо, таджики, узбеки, маньчжуры, дауры, татары и русские.

Культура Синьцзяна очень древняя и самобытная. На своей ранней стадии она тесным образом связана с союзом кочевых племен гуннов. Синьцзян издревле является районом сосуществования многих религий. До проникновения ислама в Синьцзян вдоль Шелкового пути уже распространялись многие религии – зороастризм, буддизм, даосизм, манихейство и несторианство, которые процветали в различных районах вместе с первобытной местной религией. После проникновения ислама в Синьцзяне продолжали сосуществовать различные религии, к тому же к ним прибавились еще и католичество. До проникновения извне других религий древние местные жители Синьцзяна исповедовали первобытную местную религию, которая затем развилась в шаманизм. Некоторые национальные меньшинства в Синьцзяне по сей день в разной степени исповедуют первобытную религию и шаманство и связанные с ними обычаи. Современные обряды и обычаи уйгуров своеобразны и интересны и во многом сохраняют свои традиционные элементы. Это обряды, связанные с рождением и воспитанием детей, бракосочетанием, погребальные обряды.

К примерам сохранения и развития традиционной этнокультуры народа можно отнести и отношение к музыкальному искусству. Его истоки уходят своими корнями в седую старину, в этническую историю уйгуров, о чем свидетельствуют предания, поэмы, героические сказания, а также материалы археологических исследований и письменных памятников. Общеизвестно, что вершиной музыкального творчества уйгуров является шедевр классической музыки «12 мукамов», который развивался в течение полутора тысяч лет. О преемственном развитии традиционной культуры уйгуров говорит и искусство изготовления национальных музыкаль-

ных инструментов, которых насчитывается несколько десятков видов – раваб, дутар, калун, най, саттар, гиджак и другие. Они, как правило, изготавливаются из древесины тутового дерева черного цвета с последующей инкрустацией узорчатыми пластинами белой кости. Красочно танцевально-песенное творчество уйгуров. Особенно большим масштабом отличается Кашский мукам, в который входят 170 музыкальных фрагментов и 72 произведения инструментальной музыки. Их можно исполнять непрерывно в течение 24 часов [Джалилов, 2004].

Традиционная культура уйгуров существует и развивается также в форме использования ее национальных элементов в современной культуре – изготовления ковров, многие мастерские используют в процессе их изготовления традиционные орнаменты состоящие из ветвей растений и с изображением крупных рисунков цветов и животных.

Восточно-Казахстанская область Республики Казахстан. Казахские устои, традиции и обычаи веками складывались из кочевого образа жизни и дошли до наших дней некоторые в своем неизменном, а некоторые и несколько деформированном состоянии. Но сам факт того, что сегодня казахский народ помнит и чтит большинство своих традиционных обрядов, является основным фактором развития этнокультурного туризма.

Для развития этого вида туризма будет интересен праздник «Наурыз» с массовыми играми, традиционными скачками, развлечениями, спортивной борьбой; Курбан-айт, или праздник жертвоприношения с традиционным состязанием кокпар; национальные виды охоты с беркутом и ловчими соколами, с казахскими борзыми – тазы. Возможности в этническом познании открывают многочисленные древние памятники и курганы: некрополь Бес-Шатыр (18 курганов), который был местом поклонения древних саков, живших на территории нынешнего Казахстана в первом тысячелетии до н.э.; петроглифы Тамгалы-Тас (4000 рисунков, являются сокровищем мирового значения и находятся под защитой фонда ЮНЕСКО), которые относятся к эпохе бронзы, ранних кочевников и тюркскому периоду. Интереснейшим образцом культовой архитектуры XVIII века в области является мазар Ак-Бекет – круглое сооружение в виде юрты. Самобытную красоту можно почувствовать от мазаров Шон (XVIII век), Клыш и Ахметжан (XIX век) [Муратбек, 2005]. Огромные возможности для развития этнокультурного туризма представляет туристский трансконтинентальный маршрут «Шелковый Путь», осуществляемый под эгидой UNWTO в сотрудничестве с UNESCO.

Республика Алтай Россия. Национальный и этнический состав населения Республики весьма разнообразен. В этнографическом отношении коренное население представляет две этнографические группы – северные и южные алтайцы. К северным алтайцам относятся тубалары (туба-кижи), челканцы, кумандинцы, шорцы. К южным алтайцам относятся собственно алтайцы или алтай-кижи, теленгиты, телесы, телеуты.

Этнографическое своеобразие южных и северных алтайцев является интересной этнокультурной «изюминкой». Этнографические особенности культуры и быта южных алтайцев выросли на базе кочевого и полукочевого пастбищного скотоводства, в то время как у северных алтайцев они вырабатывались в течение многих веков на основе пешей охоты на зверя, таежного рыболовства, мотыжного земледелия и собирательства дикорастущих растений.

Во время этнокультурного тура можно увидеть своеобразие южных и северных алтайцев в форме, конструкции и материале жилища, одежды, в характере и способе приготовления пищи, в средствах передвижения, в устном народном творчестве, изобразительном искусстве, в нравах и обычаях, обрядах и культе. Для устного народного творчества южных алтайцев был типичным героический эпос, а для северных – сказки бытового и фантастического содержания, небольшие рассказы и легенды, рассказы о животных. Содержание фольклора северных алтайцев было насыщено отражением охотничьего образа жизни. Даже в религиозных воззрениях, в шаманском культе существовали четкие различия. У южных алтайцев выдающуюся роль в шаманском культе играла лошадь, которую приносили в жертву при некоторых шаманских молениях. Шаманы при камлании облачались в специальный плащ, символизирующий птицу,

а бубен у шаманов южных алтайцев имел характерные особенности в рисунках, форме деревянной рукоятки. У северных алтайцев был развит культ медведя, их шаманы не имели специального плаща, а шаманский бубен по рукоятке, рисункам и форме весьма отличался от южно-алтайского [Потапов, 1969].

К этнокультурным элементам тубаларов, интересным для туризма является ткацкое искусство и оригинальная выработка суконного полотна,ковка ножей и цельных трубок из стали и железа, звериный и ореховый промыслы. Им принадлежит самая лучшая выработка седел на Алтае, под названием «Барандаковских». Самобытны рапсоды, кочующие с одного места на другое и рассказывающие сказки о древних богатырях, певцы импровизаторы, шаманы.

У теленгитов много рассказов чудесного характера на разные фантастические темы, интересен их бытовой уклад, нравы, обычаи и жилища, которые остались старыми. Челканцы кизи живут в деревянных домиках, имеют около дома и бревенчатую четырёхгранную юрту для лета. Замечательны их национальные костюмы: халаты из конопляной ткани с нашивками на вороте, полах и рукавах. Традиционны шаманские обряды.

Существенное место в духовной культуре телеутов занимает фольклор. Наиболее монументальный жанр фольклора телеутов – героический эпос, исполнителями которых были «кайчы». Многообразен музыкальный фольклор: исторические, обрядовые, плясовые песни, весенние игры с пением – табыр. Ритуальный фольклор включает благопожелания (алкыш), связанные с семейно-бытовыми (свадебными, родильными и пр.) обрядами. Древнейший жанр устного творчества, восходящий к древнетюркской эпохе, – похоронные плачи (сыгыт). Произведениями культового фольклора являются шаманские заклинания, обращения к семейным и родовым охранителям.

Кумандинцы сформировались на основе длительных контактов древнего самодийского, угорского, кетского населения и более поздних тюркских групп. Традиционные религиозные представления кумандинцев пронизаны различного рода анимистическими представлениями, в рамках которых особо почитаются духи-хозяева воды (суг-эзи), огня (от эне), гор, тайги и пр. Устное народное творчество кумандинцев представлено фольклорными произведениями – песенные четверостишья (такпак), да бытовые и волшебные сказки (чорчок), а также эпические произведения (кай) [Коренные..., 2006].

Алтай занимает ведущее место в стране по количеству рунических надписей на скальных породах, что тоже является одним из интереснейших фактов познания этнокультурного наследия. Пещеры со следами пребывания древнего человека также уникальны своей несущей информацией о древних сообществах «банком данных». Этнографическое и фольклорное наследие Алтая уникально своей самобытностью и сохранностью архаики. Это – феномен горлового пения, героические сказания.

В настоящее время Республика Алтай относится к числу тех регионов, в которых еще можно увидеть во всей великолепии традиционную культуру коренного народа – праздники и игры, в которых во всей красе представлены архаика и современность – у алтайцев, русского старожильческого старообрядческого населения и казахов, компактно проживающих здесь несколько веков.

Наибольший интерес представляет традиционная духовная культура алтайцев. Здесь бытуют архаические жанры фольклора и используются музыкальные инструменты, практически не испытавшие модернизации. Алтай известен как один из районов этно- и культурогенеза современных тюркоязычных народов мира. Однако, вместе с тем, он находится на стыке формирования многих центрально-азиатских цивилизаций, оказавших немаловажное воздействие на сопредельные территории и народы. Тысячелетиями, находясь на стыке многих культур и языков, племен и народов, Алтай и по сей день представляет собой богатейшую мозаику в этническом, конфессиональном и лингвистическом отношении.

Алтай – колыбель многих народов: скифы, тюрки, гунны, джунгары и многие другие племена населяли эту землю.

Увлекательное зрелище для познания этнокультурного наследия представляют праздники народов Республики Алтай, такие как межрегиональный народный праздник Эл-Ойын – кочующий праздник. Корни этих игр уходят во времена древних скифов и гуннов, кочевников тюркских каганатов. В этом, наверное, сказывается дух предков, которые в давние, далекие годы не могли усидеть на одном месте, а предпочитали длинные переходы по насущным делам. Вместе с этим праздником народ приобрел утраченные нравственные ценности. «Эл-Ойын» – это выступления разноязычных фольклорных групп всех диалектов народа. Прекрасные театрализованные представления на фоне природы дают эффект древности. Колорит национальных костюмов и рядами выстроенные ансамбли юрт и айлов, сочетается с гостеприимностью народа. В рамках праздника проводятся соревнования по борьбе Куреш, стрельбе из лука, конному и гиревому спорту, поднятию камней, соревнованию с плеткой – Камчи, набиванию очков ногами – Тебек, алтайским шашкам – Шатра, смотр конской упряжи и шорных изделий – Малчи мерген. Устраиваются конкурсы, спортивные состязания, костюмированные шествия, выступления артистов, выставка-ярмарка ремесленных изделий, конкурс национального костюма.

Особый интерес на празднике представляет традиционная духовная культура алтайцев. Здесь бытуют архаические жанры фольклора и используются музыкальные инструменты, практически не испытывавшие модернизации. Блещут своим талантами мастера горлового пения, сказители – кайчи, виртуозы игры на шаманском бубне, комусе или топшуре.

«Чага-байрам» в переводе означает «Белый праздник». Это давно забытый праздник. Впервые он проводился в далекой высокогорной Чуйской степи, так как именно чуйцы сохранили ламаистский обряд встречи нового года. Этот праздник отмечается вместе с монголами, тувинцами, бурятами, калмыками, народами Тибета и Индии. На специальном алтаре преподносят угощения из молочных продуктов, привязываются ленточки, зажигается костер и все это сопровождается благопожеланиями.

Различие национального и этнического состава населения, исторического наследия, особенности национальной самобытности, традиций и языка каждого народа, этнокультурного и духовного творчества коренных народов Большого Алтая позволяет показать этнокультурное наследие во всем его разнообразии.

Наличие большого количества разных этнокультурных проектов в мире говорит о том, что в настоящий момент интерес к традиционной культуре народов, их языкам, обычаям, обрядам, истории постоянно растет. И на сегодняшний день развитие этнокультурного туризма является перспективным направлением развития на территории Большого Алтая.

К предпосылкам развития этнокультурного туризма на территории Большого Алтая можно отнести:

- 1) высокую степень этнического разнообразия населения;
- 2) уникальное сочетание различных этнокультурных комплексов, прежде всего, восточнославянского, тюркского, монгольского и китайского, сложившегося в процессе длительной межэтнической интеграции, аккультурации и ассимиляции;
- 3) этнокультурное разнообразие: традиции и обычаи, устройство жилища, культура питания, национальные одежды и ремесла, средства передвижения, устное народное творчество, изобразительное искусство, нравы, обряды и культ;
- 4) археологические памятники с многочисленными каменными скульптурами, наскальными рисунками, курганами, петроглифами;
- 5) особенности фольклорно-этнографического творчества – оригинальная музыкальная культура, горловое пение, героический эпос;
- 6) особенности очень древнего и самобытного религиозного сочетания – христианство, зороастризм, буддизм, даосизм, пережитки тотемизма, традиции антропоморфизма, шаманизм и др.

Развитие этнокультурного туризма позволит:

- приобщиться к национальным культурным ценностям, содействовать сохранению и развитию народных промыслов и ремесел;
- приумножить историческое и культурное наследие своего народа, участвовать в культурном сотрудничестве народов, этнических и религиозных общин;
- создать условия для традиционного хозяйствования и промыслов местного населения, что в конечном итоге улучшит условия их жизни;
- позволит сохранить духовное и культурное наследие этносов коренных народов Большого Алтая, которое будет способствовать взаимообогащению и расширению сферы реализации этнокультурных проектов на этой территории;
- повысить уровень жизни, укрепить и усовершенствовать информационное и культурно-образовательное пространство;
- сохранить духовные и национально-культурные традиции коренных народов;
- рационально использовать многообразие природных ресурсов и хозяйственных возможностей территорий традиционного проживания коренных народов.

Формирование регионом имиджа неповторимого и уникального туристского центра этнокультурного туризма требует активного продвижения многолетнего этнокультурного единства и многообразия различных этнических народов Большого Алтая. Их культура, язык, обычаи и традиционные виды хозяйствования составляют особую нишу современной цивилизации. Во многих странах туризм базируется на использовании культурного наследия и включает посещение древних археологических памятников, музеев, памятных мест, изготовление сувениров, проведение театрализованных представлений и прочих мероприятий. Почти половина всего мирового туристского потока обусловлена культурными мотивациями, а не только любовью к природе и интересом к экстремальным ситуациям.

Этнокультурный туризм является не только фактором удовлетворения познавательных интересов к культуре и обычаям разных этносов, но и сохранением культурного наследия региона. Большой Алтай, обладая уникальными природными ресурсами и самобытной культурой разных народов, имеет огромный нереализованный потенциал для развития этнокультурного туризма на международном и региональном рынках. Туристский потенциал и историко-культурное наследие позволяет развивать трансграничный туризм и обеспечить рост занятости и доходов местного населения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Гандболд О.М. К вопросу об охотничьих обычаях у ойратов монголов (на примере алтайских урянхайцев) / Эколого-географические, археологические и социоэтнографические исследования в Южной Сибири и Западной Монголии : российско-монгольский сборник научных трудов / отв. ред. В.В. Невинский. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2006. – С. 36–37.

Джалилов З.Г. Традиции и современность в духовной культуре уйгуров Синьцзян-Уйгурского автономного района КНР / Уйгурский культурный центр «УМУТ-ОЕМОЕТ», [Электронный ресурс]. – 2004. – Режим доступа: http://ymyt.com/ru/3/196_1.shtml.

Коренные этносы Горного Алтая (конец XIX – начало XXI вв.). – Горно-Алтайск, 2006. – С. 78–80.

Кравченко А.И. Культурология : учебник. – М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. – 288 с.

Муратбек В. Памятники истории Казахстана. – Астана : Меруерт, 2005. – 134 с.

Потапов Л.П. Этнический состав и происхождение алтайцев. Историко-этнографический очерк / отв. ред. А.П. Окладников. – Л. : Наука, 1969. – 196 с.

УДК 338

«SILK ROAD – ПУТЬ НА ВОСТОК. ДИАЛОГ КУЛЬТУР»

А.Г. Редькин, А.А. Тишкин

В статье рассматривается история создания проекта «Silk Road» («Шелковый путь»), приводятся примеры интеграции проекта «Silk Road» («Шелковый путь») в сферу туризма

Ключевые слова: Шелковый путь, «Silk Road», концепция, проект, потенциал

«Шелковый путь» – это важное историческое явление, зародившееся в древности и существовавшее в средневековье, всегда будет вызывать повышенный интерес как со стороны разных специалистов, так и со стороны «простых» людей, по-своему интересующихся историей Евразии. Теме Шелкового пути посвящено много научных исследований, постоянно проводятся конференции самого разного уровня. Например, одна из последних, прошедшая в 2012 году, – крупная международная археологическая конференция в Ланьчжоу (центр провинции Ганьсу, Китай) была посвящена так называемому Ганьсуйскому коридору, через который шли караваны из Южного и Центрального Китая на северо-запад и дальше в разные направления, с годами формируя торговый путь, который мы с определенной долей условности называем «Шелковый». Стоит отметить, что именно контроль над этим торговым маршрутом гарантировал процветание кочевым объединениям на протяжении веков, начиная от юэчжей и до монголов включительно. Благодаря сформировавшемуся многоканальному торговому пути были построены города, проложены дороги, созданы другие виды коммуникаций, возник устойчивый культурный обмен между Востоком и Западом Евразии. При этом нужно помнить, что этот обмен не всегда носил позитивный характер.

Современный проект «Шелковый путь» был начат Всемирной Туристской Организацией (ВТО) в 1993 году. Одним из важных результатов 20-летней работы в рамках проекта стало создание Всемирного Альянса «Шелковый Путь» (ВАШП) и принятие декларации Шелкового Пути, нацеленной на сотрудничество в целях устойчивого развития туризма.

Сегодня в проекте «Шелковый путь» участвуют 24 страны: Азербайджан, Армения, Греция, Грузия, Египет, Израиль, Иран, Италия, Казахстан, Китай, Кыргызстан, Монголия, Пакистан, Российская Федерация, Саудовская Аравия, Северная Корея, Сирия, Таджикистан, Туркменистан, Турция, Узбекистан, Украина, Южная Корея, Япония. Впервые в 2013 году в проекте, как территория Шелкового пути, участвовал Алтайский край, принимавший экспертную группу исследователей из Лозанской школы гостиничного менеджмента (Швейцария).

Традиционно Шелковый путь считается дорогой (в широком смысле этого слова), начинающейся на востоке и заканчивающейся на западе. Предложения о конфигурации Шелкового пути, включая и его последние варианты – американский Новый Шелковый путь и китайский Экономический Шелковый путь, концептуально не отличаются от традиционно сложившегося представления. Наша же позиция состоит в том, что при анализе цивилизационной роли Шелкового пути недостаточное внимание уделяется обратному направлению этнокультурных связей и миграций – с запада на восток, включая территорию России. Эта идея будет особенно привлекательна для жителей Европы, которым интересно будет посмотреть не только откуда и как доставлялся шелк и специи, но как и зачем двигались переселенцы с запада на восток и какие культурные феномены они создавали на Востоке. При этом речь идет не о противопоставлении, а о соединении этих двух исторических путей. В настоящее время, например, археологами зафиксирован наиболее ранний подобный феномен, связанный с миграцией населения с территории современной Франции и Швейцарии в Центральную Азию. Причем таких волн было несколько. Именно эти переселенцы принесли в Китай металлургию меди и бронзы, а также заложили

основу для развития особой цивилизации. Археологические памятники периода ранней бронзы Синьцзяна, Монголии и Южной Сибири (чемурчекская, елунинская, окуневская и др. культуры) таят в себе еще много загадок.

Именно на освещение этих двух векторов движения направлен предлагаемый нами проект «SILK ROAD – путь на восток. Диалог культур». В рамках решения этой задачи была разработана концепция туристского продукта в рамках Евразийского проекта UNWTO «Шелковый путь» с возможностью последующей его реализации в пределах стран Большого Алтая с перспективой адаптации к другим регионам Большой Центральной Азии. В качестве участников проекта выступили вузы-партнеры Алтайского государственного университета по ААУ и университету ШОС – Ховдский государственный университет (Монголия), Павлодарский государственный университет им. Торайгырова (Республика Казахстан), Восточно-Казахстанский государственный университет (Республика Казахстан), другие вузы.

В рамках проекта предполагается провести совместные исторические, географические, культурологические и другие необходимые исследования с целью обоснования вклада России, стран Восточной и Западной Европы в развитие Шелкового пути.

Одним из механизмов реализации проекта нам видится туризм. Разработанная сеть трансграничных культурно-просветительных туристских маршрутов представит срез евразийской цивилизации и создаст условия для продвижения единого туристско-рекреационного потенциала России (Алтайского края) и стран-партнеров. Первый маршрут включит в себя исторические памятники Алтайского края, Казахстана (Восточно-Казахстанской и Павлодарской областей) и Монголии (Баян-Ульгийского и Ховдского аймаков) – так называемый «северный маршрут» Шелкового пути. Одним из плюсов предлагаемого маршрута станет большая открытость российского, казахстанского и монгольского историко-культурного наследия не только для исследований ученых, но и для туристов. Предлагаемый нами туристский продукт (маршрут в рамках северного ответвления Шелкового пути) концептуально можно представить в следующем виде.

ОБЩАЯ КОНЦЕПЦИЯ ТУРИСТСКОГО МАРШРУТА «SILK ROAD – ПУТЬ НА ВОСТОК. ДИАЛОГ КУЛЬТУР»

Раздел 1. Оценка туристского потенциала территории маршрута

- 1.1. Природные ресурсы. Наиболее значимые природные объекты.
- 1.2. Историко-культурные ресурсы. Археологические и этнографические памятники на рассматриваемом маршруте в России, Казахстане и Монголии.
- 1.3. Инфраструктура.

Раздел 2. Проектные работы.

- 2.1. Создание туристских информационных центров.
- 2.2. Составление общей карты маршрута и отдельных его участков.
- 2.3. Разработка образовательных программ: повышения квалификации для образовательного персонала; подготовки кадров разного уровня и квалификации.
- 2.4. Поддержка развития ремесел.

Раздел 3. Продвижение маршрута.

- 3.1. Разработка местного туристского продукта и позиционирование его на международных торговых выставках.
- 3.2. Разработка и проведение международной рекламной кампании;
- 3.3. Разработка бренда маршрута.
- 3.4. Разработка сайта маршрута.

УДК 796.51

ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА В ПРЕДЕЛАХ ТРАНСГРАНИЧНОГО РЕГИОНА «БОЛЬШОЙ АЛТАЙ»: ПРОБЛЕМЫ И ПОТЕНЦИАЛ

И.Н. Ротанова

Рассмотрены аспекты межгосударственного приграничного сотрудничества в пределах региона «Большой Алтай» с позиции формирования международного туристского продукта, базирующегося на природных и историко-культурных ресурсах. Даны характеристика потенциала и SWOT-анализ сферы туризма в регионе. Сформулировано предложение о выработке стратегии сохранения и совместного использования потенциала природного и культурного наследия в целях развития туризма.

Ключевые слова: международное сотрудничество, приграничный туризм, трансграничный туризм, международный туристский продукт, трансграничный регион, Большой Алтай.

Международный туризм в настоящее время является одним из факторов мировых интеграционных процессов, а туристский бизнес – одной из наиболее динамично развивающихся отраслей экономической деятельности. В рамках международного туризма особое место занимает трансграничный туризм, который в географическом смысле возникает при наличии на сопредельных территориях соседствующих государств объектов и явлений, отвечающих общественным потребностям в познании окружающего мира, духовных и физических связях [Евстропьева, 2009]. Российские ученые в области географических исследований трансграничной проблематики П.Я. Бакланов и С.С. Ганзей определяют трансграничное сотрудничество как одну из форм межгосударственного взаимодействия в различных областях, приводящего к образованию трансграничных регионов, которые включают территории соседних государств и функционируют по согласованным планам с учетом интересов каждой из сторон. Рекреационно-географическое исследование трансграничного туризма состоит в изучении комплекса природнохозяйственных связей между сопредельными территориями, направленных на реализацию рекреационных потребностей и ведущих к формированию единого туристического пространства [Ганзей, 2004; Бакланов и др., 2005].

Сфера туризма как экономическая деятельность, и в особенности международный/трансграничный туризм, является результатом взаимодействия широкого круга заинтересованных сторон – правительств и органов управления на федеральном, региональном и местном уровнях, туристов, экономических секторов, обеспечивающих инфраструктуру и предоставление услуг в системе туризма. Только взаимодействие и сотрудничество способно обеспечить развитие этой сферы, извлечь максимальные выгоды и другие эффекты для всех участвующих сторон.

Одной из важных задач международного/трансграничного туризма является создание привлекательного и качественного туристского продукта. В основе любого туристского продукта лежит необходимость удовлетворения какой-либо потребности или набора потребностей. Основными свойствами и характеристиками туристского продукта являются: уровень качества, комфорт, престиж, экономичность, безопасность, впечатление. Туристский продукт – совокупность (комплекс) вещественных (предметов потребления), невещественных (в форме услуги) потребительных стоимостей, работ, товаров, необходимых для удовлетворения потребностей туриста, возникших в период его путешествия [Зорин, Каверина, Квартальнов, 2005].

К регионам, где все более активизируется формирование туристского продукта, относится Алтай – горная система, расположенная в центре Евразии. В пределах Алтая смыкаются территории России, Казахстана, Монголии и Китая, создавая подходящие условия для пригра-

ничного и трансграничного международного взаимодействия. Приграничное сотрудничество на Алтае четырех государств обусловлено историческими предпосылками. В течение многих веков гигантское горное пространство (площадь оценивается в 28 тыс. кв. км) соединялось культурными, этническими, торгово-экономическими, политическими, миграционными связями. На рубеже XX–XXI столетий сложилась благоприятная ситуация для развития взаимовыгодного приграничного сотрудничества расположенных здесь субъектов административно-территориального деления: Алтайского края и Республики Алтай (Россия), Восточно-Казахстанской области (Казахстан), Синьцзян-Уйгурского автономного района (Китай), Баян-Ульгийского и Ховдского аймаков (Монголия). Сложилось несколько названий региона, расположенного на стыке границ этих четырех стран: Алтайский горный регион, Большой Алтай, трансграничный Алтай, Восточно-Центральноазиатская экономическая зона. Любое из этих понятий символизирует общность, единство, взаимодействие на обширном географическом пространстве многочисленных народов, населяющих его.

Алтай как природное горное образование, расположенное в центре огромного материка, характеризуется значительным географическим своеобразием, рассматриваемым многими исследователями как уникальность и феномен этого региона. Здесь формируются климатические, гидрологические, атмосферные процессы, имеющие распространение на огромных пространствах Центральной и Северной Азии. С ледников Алтая берут начало крупнейшие реки – Иртыш, Обь, Енисей, Ховд, обеспечивая жизнь многих миллионов людей в России, Казахстане, Китае и Монголии. В недрах Алтая разведаны богатые запасы минеральных ресурсов. Здесь сосредоточена практически вся таблица Менделеева, включая полный спектр цветных металлов и редкоземельных элементов.

Многообразии природно-климатических условий, создаваемое горными и котловинными формами рельефа, высотными и экспозиционными особенностями определяет богатый набор обитающих здесь видов и сообществ флоры и фауны. Высокий уровень биоразнообразия и сохранность большей части ландшафтов в состоянии, малоизмененном хозяйственной деятельностью человека, стало определяющим для включения Алтая в конце XX-го столетия в список двухсот девственных или мало измененных регионов Земли («Global-200»), получивших международный статус экорегионов.

Одним из приоритетных направлений сотрудничества, реализуемым всеми странами Большого Алтая, является природоохранная деятельность, включающая сохранение биоразнообразия и экологический императив. Во всех странах Большого Алтая в приграничных территориях функционирует сеть особо охраняемых природных территорий (ООПТ), представленная государственными природными заповедниками, национальными и природными парками, комплексными заказниками. С середины 90-х годов XX века во всех странах Большого Алтая реализуется проект WWF «Алтае-Саянский экорегион», направленный не просто на охрану окружающей природной среды, а и на создание трансграничных особо охраняемых природных территорий, в числе первоочередных Катунский государственный биосферный природный заповедник (Россия) и Катон-Карагайский национальный парк (Казахстан); национальный парк «Сайлюгемский» (Россия) и национальный парк «Сийлхэмийн Нууру» (Монголия). Тем самым, Большой Алтай можно отнести к территориям приоритетной реализации экорегионального подхода к охране окружающей среды [Баденков, Ротанова, 2011; Баденков, Ротанова, 2012].

Большой Алтай богат археологическими и историко-культурными ценностями, этнокультурным разнообразием, дошедшим до наших дней традиционным жизненным укладом и бытом населяющих его народов. Здесь вступают в межкультурное взаимодействие представители славянского, тюркского, монгольского и китайского этносов. Уникальна и религиозная ситуация в Большом Алтае, где мирно сосуществуют христиане и буддисты, последователи ислама и традиционных шаманских культов. Алтай сегодня – это своеобразный центр евразийской этнокультурной консолидации. Значимость природных и культурных ценностей Алтая подтверждена

включением в Список объектов Всемирного природного и культурного наследия номинации «Золотые горы Алтая» (Россия), состоящей из пяти кластеров: Алтайский и Катунский государственные биосферные природные заповедники. Природный парк «Белуха», природный парк «Зона покоя Укок» и Телецкое озеро. Примечательно, что объект «Золотые горы Алтая» может в ближайшее время стать международным, четырехсторонним объектом Всемирного природного и культурного наследия, расширившись на сопредельные страны – Китай, Монголию и Казахстан [РИА. Новости; Баденков, Ротанова, 2011].

Уже только названные выше факты и факторы объясняют повышенный интерес к Большому Алтаю с позиции многих сфер деятельности, и в первую очередь, как к весьма перспективному региону в плане развития туризма, в том числе, международного/трансграничного туризма. Сфера туризма в пределах Большого Алтая в настоящее время имеет определенный уровень развития во всех расположенных здесь странах. Она в основном базируется на эколого-природном потенциале, использует особенности природных достопримечательностей каждой из стран, а также фактор экологического благополучия региона. Естественная природная среда, представленная живописным низко- и среднегорьем, высокогорными вершинами и хребтами со снежниками и ледниками, чистый целебный воздух, бурлящая вода быстрых рек, многочисленные озера, горные степи и царящий повсюду дух приключений создают привлекательный образ и формируют туристский продукт Большого Алтая. Стратегия Правительства России в области финансирования природоохранной деятельности, как и других стран Большого Алтая, ориентирует существующие ООПТ на развитие туризма. Наибольшую подготовленность для образования туристских ядер в пределах Большого Алтая имеют заповедники: Тигирекский, Катунский и Алтайский (Россия), Маркакольский (Казахстан), Канас (Китай); национальные и природные парки: Белуха (Россия), Озеро Рахмановское и Катон-Карагайский (Казахстан), Алтай Таван Богд, Сийлхэмийн Нууру (Монголия) [Андреева, Ротанова, 2007; Ротанова, Андреева, 2007].

К известным природным объектам, составляющим международный туристский каркас, в пределах Большого Алтая относятся:

- горные вершины и ледники: Актру, Королевский Белок, Белуха, Маашей, Потанина, Сарлык, Синюха, Таван-Богдо-Ола, Томич, Цамбагарав и др.;
- горные хребты: Башчелакский, Катунский, Коксуйский, Коргонский, Курайский, Сайлюгем, Северо-Чуйский, Семинский, Теректинский, Чихачева, Южно-Чуйский, Южный Алтай и др.;
- озера: Аккем, Ая, Белое, Канас, Каракольские, Колыванское, Манжерок, Маркаколь, Мультиинские, Рахмановское, Шавлинские, Телецкое и др.;
- реки Аргут, Бия, Буянт, Иртыш, Катунь, Урсул, Чарыш, Чемал, Чуя, Ховд и др.;
- местности и ландшафты: Горная Колывань, межгорные котловины: Бертекская, Джулукульская, Курайская, Самахинская, Уймонская, Чуйская; плоскогорье Укок, Чемал, Чулышманское нагорье и др.

Развитие международного/трансграничного туризма в пределах Большого Алтая относится к приоритетным и первостепенным областям сотрудничества расположенных здесь стран. Разработан и получает апробацию трансграничный кольцевой маршрут под названием «Алтай – золотые горы», проходящий через наиболее привлекательные территории Алтайского края, Республики Алтай, Ховдского и Баян-Ульгийского аймаков Монголии, Восточно-Казахстанской области Казахстана и Синьцзян-Уйгурского автономного района Китая. Появление такого маршрута можно считать объективно сложившимся трансграничным туристским продуктом, способным сыграть большую роль в экономическом и гуманитарном сотрудничестве в Большом Алтае. Решение о нем было принято международным координационным советом «Наш общий дом – Алтай», на уровне глав приграничных регионов Алтая. Профессионалы туристского бизнеса находят этот международный маршрут вполне целесообразным, однако опасаются, что реализации могут угрожать бюрократические сложности и проблемы межгосударственных отношений.

В целях исследования проблем и возможностей формирования туристского продукта Большого Алтая применим такой инструмент маркетинга как SWOT-анализ, заключающийся в разделении факторов и явлений на четыре категории: сильные и слабые стороны, возможности и угрозы. SWOT-анализ проблемы развития туризма Большого Алтая представлен в таблице.

SWOT-анализ развития международного/трансграничного туризма Большого Алтая

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Выгодное географическое положение. 2. Уникальный природный, экологический и ресурсный потенциал региона. 3. Наличие практически полного набора природных высотных поясов. 4. Уникальное разнообразие флоры и фауны. 5. Уникальное культурно-историческое наследие. 6. Наличие лечебного (оздоровительного) потенциала. 7. Наличие накопленного инфраструктурного потенциала. 8. Позитивные ассоциативные представления о Большом Алтае. 9. Поддержка на государственном и региональном уровне развития международного туризма. 10. Наличие федеральных и региональных стимулирующих программ. 11. Растущий из года в год поток туристов, в том числе наличие внутреннего спроса. 12. Имена и фигуры культурно-исторического значения общероссийского и международного масштаба, связанные с Большим Алтаем. 13. Опыт многолетнего международного сотрудничества. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ярко выраженная континентальность климата. 2. Ярко выраженная сезонность. 3. Высокие экологические нагрузки в некоторых районах. 4. Значительная удаленность многих потенциально привлекательных туристических объектов и недостаточность подготовки их для приема туристов. 5. Медленное развитие инфраструктуры объектов туризма. 6. Отсутствие единых стандартов обслуживания. 7. Дороговизна размещения и сервиса при их общем невысоком уровне. 8. Низкая квалификация персонала. 9. Низкий уровень жизни населения. 10. Миграционный отток наиболее квалифицированной части населения. 11. Высокие транспортные тарифы. 12. Недостаточный уровень таможенного и визового сервиса. 13. Недостаточное нормативно-правовое обеспечение возможности организации отдыха на ООПТ.
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Возможность для развития широкого диапазона видов туризма (климатическая и бальнеологическая рекреация, экологический, культурно-познавательный, научный туризм, охота, рыболовство, этнографический, экстремальный и сельский туризм). 2. Снижение зависимости от фактора сезонности за счет строительства новых круглогодичных комплексов, горнолыжных трасс. 3. Инвестиционные проекты инфраструктуры туристской отрасли и гостиничного комплекса и их государственная поддержка. 4. Значительное увеличение мест размещения и объектов питания. 5. Внедрение стандартов туристского обслуживания, гостеприимства и сервиса. 6. Создание благоприятных институциональных условий развития предпринимательской инициативы в индустрии туризма. 7. Финансирование туризма со стороны государства и региональных администраций. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Продолжение снижения численности населения. 2. Недостаток квалифицированных кадров. 3. Угроза существования объектов историко-культурного наследия из-за бурного роста объемов строительства на объектах туристической инфраструктуры без проведения охранных мероприятий. 4. Быстрое истощение ресурсов. 5. Экологические проблемы. 6. Снижение количества туристов. 7. Большое количество сильных конкурентов. 8. Недостаточная концентрация капитала и отсутствие стратегических инвесторов.

8. Развитие игорного бизнеса. 9. Рост интереса мировых и российских гостиничных сетей. 10. Повышение уровня жизни населения, следовательно, увеличение платежеспособного спроса. 11. Развитие сотрудничества с приграничными, соседними и другими регионами. 12. Формирование системы отдыха и досуга в ООПТ.	
---	--

SWOT-анализ как инструмент быстрой оценки стратегического положения региона показывает, что стратегия развития должна как можно лучше сочетать внутренние возможности территории (ее сильные и слабые стороны) и внешнюю ситуацию (частично отраженную в возможностях и угрозах). На основании проведенного SWOT-анализа можно сделать вывод, что Большой Алтай – один из перспективных в плане туризма горный регион. Он обладает широким диапазоном уникальных преимуществ: особый природный, экологический, ресурсный, историко-культурный потенциал. Поддержка туристической отрасли со стороны четырех государств и приграничных регионов, наличие стимулирующих программ дают огромные возможности для быстрого развития туризма и создания качественного и узнаваемого туристского продукта Большого Алтая.

Однако для формирования трансграничного туристского продукта существует ряд препятствующих моментов, среди них:

- статус территорий, находящихся в непосредственной близости к государственной границе как территорий с ограниченными возможностями хозяйственного развития (запретная 5-ти километровая зона);
- неравномерность туристского освоения региона, что приводит к чрезмерно высокой рекреационной нагрузке на одних территориях при наличии территорий с низким уровнем освоения;
- неравномерность размещения сопутствующей инфраструктуры и развития сферы гостеприимства и сервиса;
- отсутствие современной дорожной сети, регулярных транспортных связей и пассажирского сообщения;
- неэффективная организация работы и малая пропускная способность пограничных переходов и др.

Таким образом, можно сделать вывод, что на конкурентоспособность трансграничного туристского продукта Большого Алтая влияют как позитивные, так и негативные факторы. Отрадно отметить, что существуют предпосылки и предпринимаются усилия, как со стороны властных структур, так и со стороны населения, которые способствуют снижению или устранению имеющихся проблем.

Упрочению убеждения в том, что Большой Алтай может представлять собой единый международный туристский регион с трансграничными маршрутами, может служить принятие согласованной стратегии сохранения и совместного использования потенциала природного и культурного наследия региона, а также рамочная программа взаимодействия сопредельных регионов в целях развития туризма и рекреации, что подразумевает и создание соответствующей координирующей структуры или органа управления.

Развитие добрососедских международных отношений и формирование туристского продукта в пределах трансграничного региона Большой Алтай отвечает интересам всех четырех государств, благоприятствует устойчивому социально-экономическому развитию, сохранению окружающей среды, улучшению жизненного уровня населения не только приграничных районов, а имеет важное значение для укрепления мира и стабильности на всем евроазиатском континенте.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Андреева И.В., Ротанова И.Н. К вопросу об использовании особо охраняемых природных территорий в туристско-рекреационных целях // Андреева И.В., Ротанова И.Н. / Проблемы развития туризма в Алтайском крае : материалы научно-практической конференции, Барнаул, 14 июня 2007 г. – Барнаул, 2007. – С. 33–37.

Баденков Ю.П., Ротанова И.Н. Новые природоохранные инициативы и подходы в Алтае-Саянском экорегионе // Ползуновский вестник, 2011, №4–2. – С. 34–38.

Баденков Ю.П., Ротанова И.Н., Андреева И.В. Природоохранные проекты в Алтае-Саянском регионе в контексте адаптации к изменениям климата на основе концепции управления непрерывным сохранением био- и ландшафтного разнообразия // География и природопользование Сибири: сборник статей / под ред. проф. Г.Я. Барышникова. – Вып. 14. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2012. – С. 12–23. – 206 с.

Бакланов П.Я., Ганзей С.С., Ермошин В.В. Природнохозяйственное районирование трансграничных территорий // География и природные ресурсы. – 2005. – №4. – С. 107–114.

Ганзей С.С. Геоэкологические исследования международных трансграничных территорий юга Дальнего Востока России // Вестник ДВО РАН. – 2004. – №6. – С. 82–91.

Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности : учебник. – М. : Финансы и статистика, 2005.

Евстропьева О.В. Трансграничный туризм в сопредельных регионах России и Монголии. – Иркутск : Изд-во Института географии им. В.Б. Сочавы СО РАН, 2009.

РИА Новости: <http://ria.ru/eco/20130424/934319140.html#ixzz2gxvB2GvxK>

Ротанова И.Н., Андреева И.В. Природоохранные территории Алтайского региона: к вопросу о возможности развития международного приграничного и трансграничного туризма // Ротанова И.Н., Андреева И.В. / Экономика. Сервис. Туризм. Культура (ЭСТК –2007) : материалы 9-й международной научно-практической конференции. – Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2007. – С. 287–293.

УДК 796.51

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДРЕВНИХ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ТРАНСГРАНИЧНЫХ ТУРИСТСКИХ МАРШРУТОВ ПО АЛТАЮ

М.В. Танкова

Рассматриваются перспективы развития туров на основе использования древних путей сообщения в Алтайском регионе

Ключевые слова: ресурсы, Алтайский регион, программы, туристские маршруты

Алтай обладает высоким потенциалом развития международного туризма. Туризм здесь развивается достаточно динамично, в его развитие вовлекаются все большие материальные, культурные и духовные ресурсы, внедряются современные технологии обслуживания, совершенствуется материальная база и инфраструктура.

Алтайский регион, обладающий богатыми туристскими ресурсами и своей туристской спецификой, является перспективной территорией, где создается индустрия отдыха, ориентированная на российский рынок, рынок стран Азии и Европы.

Большой эффект в развитии могут дать межрегиональные и международные партнерские программы, построенные на общих экономических интересах и дающие возможность их участникам увеличивать объемы обслуживания.

Попытки создания таких программ в России были, например, предприняты по инициативе российских туроператоров. В частности были созданы туристские маршруты «Транссибирский экспресс», «Байкал-Хубсугул», «Восточное кольцо» и другие. Действуют маршруты, охватывающие несколько регионов, а также несколько соседних стран. Для многих регионов России, и в том числе Сибири, подобные маршруты весьма перспективны. К такого рода маршрутам принадлежит «Великий чайный путь».

География этого пути весьма обширна и охватывает значительные территории Китая, Монголии, России и других стран. Протяженность главного сухопутного пути из Москвы до Пекина составляла по одним данным 8332 версты по другим 8839 верст без учета ответвлений. Чайный путь стоял в одном ряду с нефритовым, шелковым, оловянным и винным путями, а по объемам торгового оборота уступал лишь Великому шелковому пути, но по протяженности и по степени влияния на жизнь народов и стран вполне с ним сравним.

В конце XVII – начале XVIII веков чайный путь шел от Ханькоу до Калгана (сейчас это китайский город Чжанцзякоу), где у Великой Китайской стены формировались караваны. Здесь же располагалось торговое предместье, где размещались представительства крупнейших русских чайных фирм. Караваны шли через пустыню Гоби, преодолевая расстояние до г. Кяхты. Отсюда чай расходился по всей Российской империи и за ее пределы. Водные и сухопутные маршруты чайного пути проходили через Верхнеудинск (Улан-Удэ), Красноярск, Томск, Новосибирск, Колывань, Омск, Тюмень, Екатеринбург, Пермь, Нижний Новгород, Вологду, Кострому, Ярославль, Москву и Санкт-Петербург.

Маршрут «Великого чайного пути», связавший Китай, Монголию и Россию, в дальнейшем превратился в большое количество торговых путей, по которым чай перевозился в страны Европы, Америки и Африки. Сейчас многие дороги исторического «Великого чайного пути» превратились в автомобильные и железнодорожные магистрали, по которым идут товарные потоки и осуществляются туристские перевозки. Часть дорог заброшена и представляет интерес в основном для туристов.

Проект «Великий чайный путь» разрабатывается с 1992 года при поддержке более 50 организаций 3 стран: России, Монголии и Китая. Его целью является использование богатого культурно-исторического наследия обширной территории Евразии, связанного с эпохой действия торгового пути, для развития туризма, укрепления международных связей, расширения туристского обмена, привлечения инвестиций, увеличения вклада туризма в экономику и социальную сферу.

Тема чайной культуры обладает несомненными достоинствами в плане ее использования для создания оригинального туристского продукта, который пока лишь фрагментарно представлен на рынке.

Например, в небольшом купеческом городке Кунгур в Пермском крае предлагают маршрут «Чайные истории Прикамья», который не так давно разработала одна из местных туристских компаний при поддержке региональных властей. С традициями купеческого чаепития туристов знакомят в Москве, Иркутске, Бурятии множество чайных выставок проходит в Китае.

Компания «РЖД-Тур» прорабатывает проект запуска фирменного поезда «Чайный путь» от Москвы до Пекина. Предполагается, что состав будет останавливаться в каждом регионе Великого чайного пути.

По мнению инициаторов маршрута, Великий чайный путь мог бы стать конкурентоспособным туристским продуктом мирового уровня, который поддерживал бы историко-культурное наследие и национальные традиции нескольких народов. Создание тура уже нашло поддержку в ЮНЕСКО и нескольких других крупнейших организациях мира.

Для Алтая участие в «Великом чайном пути» могло бы обернуться привлечением внимания к Горной Колывани. По сведению В.Х. Смирновой, директора Музея истории развития горного производства в г. Змеиногорске: «По нашей территории все торговые караваны шли по одной дороге и останавливались у Колыванского озера близ села Саввушки – там отдыхали, купцы

обменивались товарами. Караваны двигались со стороны Китая, Монголии в обратном направлении – с Запада на Восток. К нам в музей жители приносили необычные старинные вещи – китайские самовары, чайные коробки, стеклянные бутылки... В г.Змеиногорске каждый год проходили две крупные купеческие ярмарки».

Не обойти эту тему без внимания к Чуйскому тракту – основной транспортной магистрали Алтая, являющейся одной из самых древних дорог, соединяющих Западную Сибирь с Центральной Азией. Освоение Чуйской выючной тропы относится ко 2-ой половине XVIII в. Уже тогда русские переселенцы совершали поездки в глубь Алтая и завязывали торговые отношения с коренными жителями. Постепенно продвигаясь на юг, русские торговцы вступили в контакты с подданными Китайской империи, а уже в первой половине XIX в. они становятся регулярными. Выгоды от этой торговли были огромны. Это заставляло русских купцов все дальше проникать во внутренние районы Китая, что определило в последующем необходимость прокладывания удобной дороги в Чуйскую долину. В 1885 г. алтайские купцы впервые идут за пределы Великой Китайской стены. К 1892 г. в городе Кобдо уже действовало 4 русских торговых фирмы, в городе Улясутае – две и в других местах – более двадцати фирм. Среди основных товаров, вывозивших из Китая, был кирпичный чай, который пользовался большим спросом на рынках Европейской России и за границей.

Таким образом, Чуйский тракт – является одним из ответвлений Великого чайного пути и правомерно может стать составляющей этого уникального международного маршрутного проекта.

Обратимся к еще одному наиболее значительному достижению в истории мировой цивилизации – Великому шелковому пути. Разветвленные сети караванных дорог, которого пересекали Европу и Азию от Средиземноморья до Китая и служили в эпоху древности и средневековья важным средством торговых связей и диалога между культурами Запада и Востока. Хотя маршруты Шелкового пути менялись, выделяют две основные трассы, соединявшие Восток и Запад: южная дорога (от севера Китая через Среднюю Азию на Ближний Восток и Северную Индию); северная дорога (от севера Китая через Памир и Приаралье к Нижней Волге и к бассейну Черного моря). Между южной и северной дорогой было несколько соединяющих и промежуточных маршрутов. С течением времени сеть коммуникаций становилась все более густой, включала все больше ответвлений.

Около трети длины Великого шелкового пути приходилось на китайские провинции. В настоящее время власти Китая намерены превратить части Великого шелкового пути, пролегающие по территории страны, в единый туристский маршрут. Цель проекта – сделать проложенный во втором тысячелетии до нашей эры маршрут «всемирно известным брендом китайского туризма». Правительство Китая не исключает возможности создать совместный проект со странами Западной и Центральной Азии, по которым также проходил этот путь.

Нельзя не заметить и такой факт, что в 2002 году в России был проведен первый этап международной научно-гуманитарной экспедиции «По следам Великого шелкового пути». Проект был предложен известным путешественником-исследователем Федором Конюховым.

Начало второго, основного этапа этой экспедиции в 2009 году, непосредственно было связано с Алтаем. Общая протяженность маршрута экспедиции составила 6392 км (продолжительность 172 дня), в частности по Монголии 1500 км, России 4892 км. По России маршрут прошел по территории таких регионов, как Республика Алтай, Алтайский край, Новосибирская область, Омская область, Тюменская область, Курганская область, Челябинская область, Республика Башкортостан, Оренбургская область, Самарская область, Саратовская область, Волгоградская область, Астраханская область и Республика Калмыкия.

В прохождении экспедиции по территории Алтайского края был предложен следующий вариант маршрута (667 км): от села Коргон выход на территорию Алтайского края в районе села Сентелек Чарышского района, далее на с. Тулата – с. Чинета – с. Колывань – Колыванское

озеро – г. Рубцовск – с. Михайловское – с. Кулунда – озеро Большое Яровое – с. Бурла – граница с Новосибирской областью и далее на г. Карасук.

Подобной экспедиции, по протяженности маршрута и количеству участников не совершалось несколько сотен лет, фактически это была реставрация культуры дальних караванных походов во всех мельчайших подробностях эпохи Великого Шелкового пути.

Сегодня Алтайский край, является перспективной территорией, где создается индустрия отдыха, ориентированная не только на российский рынок, но и на рынок стран Азии и Европы, что позволяет развивать международный трансграничный туризм. Одним из направлений в этой работе является участие Алтайского края в программе по Шелковому пути Всемирной туристской организации (далее – UNWTO).

Целью проекта является сохранение и популяризация историко-культурного наследия, развитие культурно-познавательного туризма посредством создания сети культурно-познавательных туристских маршрутов в историческом и географическом коридоре Великого Шелкового пути, развитие межрегионального сотрудничества в сферах культуры и туризма, укрепление партнерских связей.

Первым практическим результатом реализации стало участие в 2012 году представителей Алтайского края в оценке работ, представленных на официальном заседании центра ЕНЛ/UNWTO в рамках совместной программы ведущей в Европе «Школы гостиничного менеджмента» г. Лозанны (ЕНЛ) и Всемирной туристской организации (UNWTO) «Стратегия Шелкового пути: вызовы». Представителями данной школы разработаны стратегии развития сектора туризма для десяти стран, исторически тесно связанных с Великим Шелковым путем (включая Россию, дистанционно представленную Алтайским краем).

В 2013 году Алтайский край принял делегацию студентов и преподавателей «Школы гостиничного менеджмента Лозанны» – победителей совместного проекта UNWTO и ЕНЛ – «Инициатива по повышению маркетингового потенциала стран-членов UNWTO на Шелковом пути». По Алтайскому краю было разработано три проекта, предлагающие разные подходы к интеграции туристских ресурсов региона в международный туристский проект «Шелковый путь».

Включение маршрута «Северные врата Шелкового пути» в мировой бренд является актуальным, поскольку Всемирной туристской организацией принята стратегическая цель усиления бренда «Шелковый путь», а в России могут только два региона претендовать на участие в бренде – Астрахань и Алтай. В этой связи в рамках реализации мероприятий долгосрочной целевой программы «Развитие туризма в Алтайском крае» на 2011–2016 годы начата разработка туристских маршрутов в рамках исторического коридора «Великий Шелковый путь».

У Алтая есть и успешный самостоятельный опыт организации и проведения трансграничных туристских маршрутов. «Алтай – Золотые горы», реализуемый в рамках деятельности Международного координационного совета (МКС) «Наш общий – дом Алтай», основой сотрудничества которого являются традиционные торгово-экономические и культурные связи, общность природного и исторического наследия Алтая.

Туризм имеет особое значение для успешного социально-экономического развития всех регионов-участников МКС (Алтайский край, Республика Алтай, Восточно-Казахстанская область, Синецзян – Уйгурский автономный район КНР, Баян-Ульгийский и Ховдский аймаки Монголии). Открытие трансграничных туристских маршрутов с посещением нескольких или всех приграничных территорий России, Монголии, Казахстана и Китая, позволит привлечь дополнительное количество туристов, повысить туристскую и инвестиционную привлекательность каждого из регионов и Алтая в целом.

За последние годы в этих целях на Алтае не раз были организованы международные экспедиции по исследованию трассы трансграничного туристского маршрута «Алтай – Золотые горы», целью которых являлось подготовка предложений по совершенствованию туристской и транс-

портной инфраструктуры, сотрудничеству туроператоров четырех стран по организации совместных маршрутов и в конечном итоге создание нового международного туристического продукта.

В результате экспедиций участникам удалось подготовить схему нового международного туристского маршрута, оценить состояние дорог, объектов показа, мест пересечения границ, мест проживания, провести переговоры с представителями местных органов власти, деловых кругов, фирм-туроператоров, а также выпустить путеводитель «Трансграничный туристский маршрут «Алтай – Золотые горы».

Значимым событием в укреплении международного сотрудничества в области туризма в рамках четырех государств Алтайского региона: Казахстана, Китая, Монголии и России, входящих в МКС «Наш общий дом – Алтай» стало проведение летом 2013 года первого туристско-спортивного фестиваля «Большой Алтай». Фестиваль прошел на территории Ховдского и Баян-Ульгийского аймаков Монголии с участием представителей команд из всех четырех стран, всего более 500 человек. В программу фестиваля вошли соревнования по рафтингу, рыболовному спорту, альпинизму, автмототуризму, перетягиванию каната, спортивному туризму. Зачет в соревнованиях проводился как среди спортсменов-профессионалов, а также любителей. Каждый соревновательный день венчала культурная программа от творческих коллективов Монголии и России.

Проведение фестиваля при дальнейшем его развитии, безусловно, станет обязательной компонентой многих туристских программ стран Большого Алтая, как привлекательного региона для развития международного приключенческого туризма и спорта. Проведение фестиваля предполагается проводить, один раз в два года. В 2015 году он пройдет на территории Синьцзян-Уйгурского автономного района КНР.

Сегодня путешествие по Алтаю все больше и больше выходит за рамки прилегающих территорий соседних стран – Монголии, Казахстана и Китая. Алтай становится основным связующим звеном, соединяющим Западную Сибирь с Центральной Азией, тем самым, открывая новые уникальные места не только Русского, но и Монгольского, Гобийского Алтая, а также других прилегающих районов. В практике туристского бизнеса эти территории завоевывают все большую популярность, туристские фирмы Алтая и Сибири уже предлагают такой турпродукт.

Делая вывод всему вышесказанному, можно сказать, что вышеперечисленные проекты и проекты, которые будут разработаны в ближайшем будущем, например, маршруты «По следам великих путешественников Азии: Н.К. Рериха, П.П. Семенова, Г.Н. Потанина, В.А. Обручева и др.», способны сыграть большую роль в экономическом, гуманитарном, туристском сотрудничестве в трансграничной области на Алтае.

УДК 378.1

РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ИНТЕГРАЦИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ ТРАНСГРАНИЧНОГО РЕГИОНА «БОЛЬШОЙ АЛТАЙ»

О.С. Третьякова, М.Н. Игнатенко

Дана характеристика трансграничного региона «Большой Алтай», рассмотрены основные направления деятельности Международного координационного совета «Наши общих дом – Алтай», а также перспективы развития международной интеграции в сфере туризма для России, Монголии, Китая и Казахстана.

Ключевые слова: трансграничный регион, интеграционные группировки, «Большой Алтай».

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

Большой Алтай – многонациональный, трансграничный регион, где сходятся не только границы, но и интересы четырех государств – Казахстана, Китая, Монголии и России.

Всемирно признанно, что регион Большого Алтая уникален. Эта территория древнейших культур и родина многих цивилизаций. Здесь сконцентрированы бесчисленные природные богатства и заповедные земли. У этих регионов большой потенциал для дальнейшего развития. Раскрыть его в полной мере – важная задача.

В 1998 г. появился проект «Межгосударственной зоны ускоренного развития экономики». С российской стороны в проекте должны были принять участие Республика Алтай, Алтайский край, со стороны Казахстана – Восточно-Казахстанская область, со стороны Монголии – Баян-Ульгийский аймак. Китай был представлен Синьцзян-Уйгурским автономным районом. Предполагалось создать четырёхстороннюю комиссию для определения механизмов функционирования такой зоны (в частности, создание режима наибольшего благоприятствования в торговле для предприятий данных регионов, снижение таможенных платежей, создание и эффективное функционирование пограничных переходов и т.д.).

В 1998 г. в документах появился термин «Большой Алтай» для обозначения уникального природного комплекса на стыке границ четырёх государств. Китай быстро включился в процесс, и с 2000 г. начались переговоры на уровне региональных администраций на российском Алтае, поддерживались необходимые экономико-политические контакты, появились предложения о хозяйственном освоении региона. Идея понравилась всем, и встал практический вопрос о строительстве транспортного коридора из России (напомним, что у России на Алтае существует 55-километровая граница с Китаем, так называемый «западный участок»). «Большой Алтай» включал в себя следующие регионы: с российской стороны участниками такого рода сотрудничества становились Алтайский край и Республика Алтай, с казахстанской – Восточно-Казахстанская область, со стороны Монголии – Баян-Ульгийский и Ховдский аймаки, со стороны Китая – Алтайский округ СУАР. В сентябре 1998 г. была принята специализированная программа – Алтайская декларация устойчивого развития.

В 2000 г. в Алтайском крае РФ прошел Алтайский горный форум. Именно на нем проект получил оформление как политико-идеологическая концепция. Затрагивались, в частности, вопросы транспортных коммуникаций. Проект с небольшими коррективами существует по сей день и развивается [Абдишев, 2011, С. 59].

В 2003 году, в Барнауле руководителями законодательных органов власти Алтайского края и Республики Алтай Российской Федерации, Восточно-Казахстанской области Республики Казахстан, Баян-Ульгийского и Ховдского аймаков Монголии, Синьцзян-Уйгурского автономного района Китая было подписано Соглашение о создании Международного координационного совета «Наш общий дом – Алтай». Это уникальная межрегиональная организация, которая не имеет аналогов в Центральной Азии. В ее основе лежит принцип свободного определения участников. Каждый из регионов – участников МКС «Алтай» принял добровольное решение о вступлении в нее, руководствуясь благородными целями развития добрососедских отношений, взаимовыгодного партнерства и межнационального диалога.

Основной задачей МКС «Алтай» является содействие органам власти шести регионов в обеспечении устойчивого социально-экономического развития приграничных административно-территориальных образований Большого Алтая, повышение уровня жизни проживающего в них населения.

Со дня основания Совета был реализован добрый десяток совместных многосторонних проектов. Совет стал площадкой для дискуссий по вопросам обустройства нашего общего дома, решения насущных проблем живущих здесь людей и воспитания молодого поколения в духе дружбы и доверия.

Результаты деятельности МКС «Алтай» положительно оцениваются населением нашего обширного региона. Формат взаимодействия в рамках Совета поддержан Министерством иностранных дел Российской Федерации, Шанхайской организацией сотрудничества, Советом Европы, Евразийским экономическим сообществом.

Без преувеличения можно утверждать, что Совет – это межрегиональная интеграция нового типа на азиатских просторах. В 2013–2014 годах председательствующим регионом является Алтайский край Российской Федерации. Председателем в указанный период является Губернатор Алтайского края А.Б. Карлин.

В целях увеличения внешнеторговых оборотов России с Монголией и Китаем перспективным является создание транспортного коридора «Россия – Монголия – Китай» через территорию Республики Алтай. В связи с этим осуществляется расширение дорожного полотна федеральной трассы М-52 и строительство в районе международного автомобильного пункта пропуска (МАПП) «Ташанта» на российско-монгольской границе таможенно-логистического терминала «Ташантинский» (ТЛТ), что предопределяет развитие транспортных коридоров между Россией и Китаем, через территорию Монголии, по маршрутам «Ташанта (Россия) – Ульгий-Ховд (Монголия) – Тайкишкен (КНР)», «Ташанта (Россия) – Ульгий (Монголия) – Даян-Хуньцаньшуй (КНР)».

В связи с предстоящим увеличением туристских и грузовых потоков через МАПП «Ташанта» необходимо повышение пропускной способности дороги М-52 для движения транспортного потока на территории Республики Алтай. В связи с чем, кроме строительства ТЛТ «Ташантинский» в настоящее время в Республике Алтай реализуется проект «Строительство и реконструкция автомобильной дороги М-52 до границы с Монголией «Чуйский тракт» по территории Республики Алтай.

Реализация проекта ТЛТ и развитие транспортных коридоров между Сибирским Федеральным округом России и СУАР КНР по территории Монголии будет способствовать развитию туристских маршрутов по территории Большого Алтая и непосредственно туристского проекта «Алтай – золотые горы», реализуемого в рамках деятельности Координационного совета «Наш общий дом – Алтай». Этот уникальный маршрут проходит вокруг Алтайских гор по территории по территории Алтайского края, Республики Алтай, Баян-Ульгийского и Ховдского аймаков Монголии, Синьцзян-Уйгурского автономного округа Китая и Восточно-Казахстанской области Республики Казахстан, имея протяженность порядка четырех тысяч километров.

Первая международная экспедиция по исследованию трансграничного маршрута «Алтай – золотые горы» прошла в июле 2007 года. Маршрут экспедиции проходил по территории

Алтайского края, Республики Алтай, Баян-Ульгийского и Ховдского аймаков Монголии, Синьцзян-Уйгурского автономного района Китая и Восточно-Казахстанской области. За 17 дней экспедиции участниками было пройдено около пяти тысяч километров, большая часть которых – на автомобильном транспорте. С этого момента проделана значительная работа по развитию этого направления – так, например, в Алтайском крае был разработан и начал функционировать туристический маршрут «Малое золотое кольцо Алтая». Созданы две особые экономические зоны туристско-рекреационного типа в Алтайском крае и Республике Алтай, строится большое количество туристических объектов.

Также в июне 2013 года был проведен Международный туристско-спортивный фестиваль «Большой Алтай» в Баян-Ульгийском и Ховдском аймаках Монголии. [Официальный сайт Международного координационного совета «Наш общий дом»].

Под эгидой Совета регулярно проводятся научные конференции, практические семинары по обмену опытом различной тематики, цель которых – дальнейшее развитие и укрепление сотрудничества в Алтайском регионе. Целых 7 лет непрерывно формируется международный бренд «Алтай» благодаря активному взаимодействию бизнес-сообщества, органов власти, научных кругов и общественности в рамках МКС.

Взаимоотношения Алтайского края и Республики Алтай с Восточным Казахстаном неизбежно активизируются в результате участия России и Казахстана в Едином таможенном пространстве, которое в полном формате заработало с 1 июля текущего года. Это станет дополнительным фактором, обеспечивающим экономическую и политическую стабильность, благодаря которому будут созданы более благоприятные условия для перераспределения инвестиций и трудовых ресурсов.

Традиционно активную работу по направлению сотрудничества с Западной Монголией ведет алтайское «Общество друзей Монголии». Так, в сентябре прошлого года делегацией общества было проведено изучение языковой ситуации в Западной Монголии, проведены беседы с учителями русского языка и осуществлено анкетирование среди школьников и студентов.

В целом в регионе Большого Алтая активно развиваются молодежные связи. Уже имеется опыт успешного взаимодействия школ г. Барнаула и школ г. Ховда Монголии. Делегации 6 регионов-участников МКС активно участвуют в Международной летней Школе студентов Алтайского региона «Наш общий дом – Алтай». В следующем году 10-я – юбилейная – Школа будет проводиться в Алтайском крае. Обращаюсь к руководителям делегаций регионов, входящих в МКС «Наш общий дом – Алтай», с просьбой о содействии участию в данной школе расширенных студенческих делегаций.

Другим важным направлением сотрудничества является развитие торгово-экономических связей. В этом отношении важную роль играет ежегодная выставка в г. Урумчи. Алтайские предприниматели ежегодно, начиная с 1998 года, принимают участие в данном выставочном мероприятии.

Активно развивается сотрудничество в области образования между регионами Большого Алтая. 27 июля текущего года в г. Барнауле были подписаны документы по созданию Совета ректоров вузов Большого Алтая. Наличие такого взаимодействия необходимо для совместной деятельности вузов в вопросах организации научно-исследовательской деятельности, подготовки, повышения квалификации научно-педагогических кадров, обучения студентов в Алтайском регионе.

Теперь на повестке дня заседания стоит вопрос по развитию этого направления, в том числе создание ассоциации молодых ученых в регионе Большого Алтая и рассмотрение вопроса о двухдипломном образовании в рамках Алтайского региона.

В рамках дальнейшей деятельности Международного Координационного совета «Наш общий дом – Алтай» регионы участники готовы выработать такие решения, которые позволят динамично развиваться как Республике Алтай и Алтайскому краю Российской Федерации, так

и Восточно-Казахстанской области Республики Казахстан, Баян-Ульгийскому и Ховдскому аймакам Монголии, Синьцзян-Уйгурскому автономному району Китайской Народной Республики.

Суммируя вышесказанное, можно без преувеличения сказать, что многосторонние отношения Восточно-Казахстанской области Республики Казахстан, Синьцзян-Уйгурского автономного района Китая, Баян-Ульгийского и Ховдского аймаков Монголии, Алтайского края и Республики Алтай развиваются в духе искренней дружбы и добрососедства. Ежегодно увеличивается товарооборот, углубляются торгово-экономические, научно-технические, гуманитарные, культурные и другие связи. Результаты работы МКС «Алтай» положительно оцениваются населением, государственными органами и международными организациями, среди которых Совет Европы, Шанхайская организация сотрудничества и Евразийское экономическое сообщество.

Интеграционные процессы в современном мире являются прогрессивной тенденцией. Российская Федерация, Республика Казахстан, Китайская Народная Республика и Монгольская Народная Республика продолжают следовать курсу на дальнейшее взаимное сближение по многим позициям. На этом фоне регионы Алтая активно развивают двусторонние связи.

Опираясь на положительный международный опыт создания интеграционных объединений, можно сказать, что такие процессы, как снижение или отмена таможенных пошлин, введение единой валюты и упрощение паспортно-визовых формальностей положительно влияют на развитие туризма в трансграничных регионах.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Дралин А.И. Международные экономические отношения : учебное пособие / А.И. Дралин, С.Г. Михнева. – Пенза : Информационно-издательский центр ПГУ, 2006. – 162 с.

Международные экономические отношения : учебник / под ред. В.Е. Рыбалкина. – М. : Журнал «Внешнеэкономический бюллетень», дипломатическая академия при МИД РФ, 1997. – 384 с.

Абдишев Б.Т. Процессы региональной экономической интеграции в Центральной Азии / Б.Т. Абдишев // Российский внешнеэкономический вестник. – 2011. – №5 – С. 56–65.

Официальный сайт Международного координационного совета «Наш общий дом – Алтай // режим доступа – 10.09.13 – <http://www.wto.org>.

РЕГИОНАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ТУРИСТСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

УДК 659.19

ОСОБЕННОСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И КРЕАТИВНОСТИ РЕКЛАМНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

О.А. Бабанчикова

Рассматриваются проблемы, связанные с особенностями обеспечения информационной безопасности рекламных коммуникаций в сфере туризма. Дана характеристика угроз доступности и целостности рекламной информации в условиях роста её креативности и использования Интернет-технологий.

Ключевые слова: рекламная коммуникация, информационная безопасность, креативная реклама, туризм.

Рекламная коммуникация может быть определена как один из видов социальной коммуникации, так как вне рамок человеческого общества существование рекламы немыслимо. Важным критерием для определения места рекламы в системе коммуникаций является количество участников коммуникации. В подавляющем большинстве случаев реклама относится к массовым коммуникациям. Реклама может рассматриваться как специфическая область социальных массовых коммуникаций между рекламодателями и различными аудиториями рекламных обращений с целью активного воздействия на эти аудитории, которое должно способствовать решению определенных маркетинговых задач рекламодателя [Контекстная реклама в России, 2010].

Одной из основных функций массовой коммуникации является информационная функция (передача информации). Поэтому в сфере рекламы существует проблема обеспечения информационной безопасности. В соответствии с «Доктриной информационной безопасности Российской Федерации» под информационной безопасностью понимается состояние защищенности национальных интересов в информационной сфере, определяемых совокупностью сбалансированных интересов личности, общества и государства [Доктрина информационной безопасности...].

Исходя из содержания доктрины, безопасность рекламной информации в туризме предполагает развитие современных информационных технологий, обеспечение накопления, сохранности и эффективного использования информационных ресурсов, их защиту от несанкционированного доступа, обеспечение безопасности информационных и телекоммуникационных систем, используемых в рекламе туристского продукта.

Существует ряд угроз информационной безопасности рекламных коммуникаций в туризме. Чаще всего угроза является следствием наличия уязвимых мест в защите информационных систем рекламного бизнеса, например, возможность доступа посторонних лиц к оборудованию или ошибки в программном обеспечении.

Одной из угроз информационной безопасности рекламных коммуникаций в туризме является угроза доступности – возможности за определенное время получить требуемую информационную услугу. Если по тем или иным причинам предоставить эти услуги пользователям становится невозможно, это наносит ущерб всем субъектам информационных отношений

в туристском бизнесе. Поэтому доступность выделяется как важнейший элемент информационной безопасности. Весьма неприятные последствия может иметь длительная недоступность информационных услуг, которыми пользуется большое количество людей, планирующих туристскую поездку (продажа туров, железнодорожных и авиабилетов, банковские услуги и т.п.).

Важным элементом рекламной коммуникации является её целостность – защищенность от разрушения и несанкционированного изменения. Угрозу целостности рекламной коммуникации представляет нарушение транзакций, кража, дублирование данных или внесение дополнительных сообщений [Информационная безопасность...].

Актуальность обеспечения информационной безопасности при осуществлении рекламных коммуникаций обусловлена тем, что в большинстве развитых стран объем рекламного рынка составляет примерно 1% от ВВП. В денежном выражении рынок растет очень быстро – примерно в четыре раза быстрее ВВП. В настоящее время соотношение бюджетов по основным носителям рекламы в России выглядит примерно так же, как и в ведущих государствах мира, с той лишь разницей, что если общий объем вложений в рекламу в России около \$7 миллиардов, то в США – около \$290 миллиардов. Российский рекламный рынок по объему занимает 11-е место в мире. При этом рекламные затраты на душу населения в России – около \$45, тогда как в США – \$600, а в Европе – \$200–350 [Зеваков, 2007].

Приведённые данные свидетельствуют о том, что рекламным компаниям и рекламодателям – представителям туристической индустрии необходимо учитывать новые тенденции и явления, которые наблюдаются в сфере рекламных коммуникаций в информационном обществе. Реклама испытывает на себе позитивные и негативные воздействия окружающей среды, которые заставляют совершенствовать содержательные, художественно-творческие и другие стороны рекламной деятельности, а также меры по обеспечению безопасности рекламной информации. Под влиянием множества культурных, экономических и политических процессов реклама, как органичный элемент функционирования современного общества, достаточно чутко улавливает все изменения и незамедлительно на них реагирует, видоизменяясь внутренне и порождая к жизни все новые модифицированные формы [Бабанчикова, 2012(а), Бабанчикова, 2012(б), Бабанчикова, 2012(в), Бабанчикова, 2010].

В связи с этим возникает острая потребность осмысления особенностей функционирования рекламной коммуникации, выявления внутренних динамических условий развития, закономерностей в условиях постиндустриального общества.

Необходимым компонентом современной рекламной деятельности для потребителей является креативность. Появление этого направления рекламной деятельности соотносено с обострением внутренних противоречий, накопившихся в рекламной деятельности к концу XX столетия. Это позволяет находить в анализе креативной составляющей рекламы ответы на вопрос о возможностях повышения её социальной значимости и художественного качества. На этапе креативной разработки рекламной идеи имеются реальные возможности для создания рекламного продукта в соответствии с особенностями и задачами конкретной рекламы.

Современная рекламная коммуникация перестает восприниматься как замкнутая система, заикленная на коммерческо-финансовом эффекте. Из средства распространения товаров и услуг, каким реклама была на самых ранних стадиях своего развития, вырастает средство, обеспечивающее информационный ресурс, основанный на его социальных интересах и притязаниях, базой которого становится свободный, внутренне мотивированный выбор людей и их креативное отношение к окружающему миру [Козловский, 2002].

Как отмечал американский учёный Ричард Флорида, экономическая потребность в креативности отражается в формировании нового класса, который он называет «креативным классом». «Поскольку креативность – это движущая сила экономического развития, – отмечал Ричард Флорида, – креативный класс к настоящему времени занял в обществе доминирующее положение. Только уяснив себе феномен роста этого нового класса и его характерные ценности, мы будем

в состоянии понять природу масштабных и на вид изолированных изменений в нашем обществе и более рационально планировать будущее» [Флорида, 2007, с.12].

Креативность становится источником формирования потребности в новом типе рекламной коммуникации – интерактивной по своей природе и сути. Интерактивная рекламная коммуникация, с одной стороны, учитывает стремление потребителей рекламного сообщения, соучастников рекламного коммуникативного процесса к креативному миропониманию и мироощущению. А с другой стороны, интерактивная рекламная коммуникация ориентируется на активное участие людей в выборе того или иного турпродукта. Уровни креатива в рекламе определяются продвижением качественно нового содержания или идеи: во-первых, от программируемой задачи к поиску идеи рекламы, созданию рекламного продукта; во-вторых, в процессе трансляции рекламы в каналах массовой коммуникации; в-третьих, в процессе усвоения рекламной идеи, её оценки в качестве образца для поступка и деятельности; в-четвертых, в усилении обратных связей рекламной коммуникации (интерактивность рекламы), реализованных в форме активной регуляции интересов и потребностей людей [[Козловский, 2002]. На всех указанных уровнях необходимо обеспечить безопасность рекламной информации.

По мысли Дэвида Огилви, креативный процесс требует большего, чем просто рассуждений. Большинство оригинальных мыслей просто невозможно выразить словами. Они требуют «нащупывающего экспериментирования с идеями, управляемого интуитивными предчувствиями и вдохновляемого подсознанием». Для создания креативной рекламы требуется «тяжелая работа, открытый ум и неуправляемое любопытство» [Огилви, 2007, с. 4]. Создание нестандартной рекламы всегда являлось эффективным способом привлечь внимание потенциальных потребителей. Но то, что еще вчера было очень креативной рекламой, сегодня становится обыденным и общеиспользуемым [Инновации в сфере рекламы...].

В нестандартной рекламе используется в последнее время, например, юмор. Для того чтобы рекламу заметили, требуется прежде всего добротная идея. Текст эффективной рекламы весьма важен, но еще важнее обоснование, аргументация. Актуальность – один из главных факторов при выборе аргументации. Хорошими аргументами (при их актуальности) могут стать качество турпродукта, цена и др.

Если рекламируется новый турпродукт, рассчитанный на определённый сегмент потребителей, то о его появлении необходимо заявить отчетливо. Все то, что в турпродукте есть действительно нового, нужно непременно указать. Необходим хороший рекламный текст и аргументация. Один из успешных американских рекламистов, пионер телевизионной рекламы Россер Ривз отмечал: «Если товар не служит удовлетворению потребности или желания потребителя, его реклама, в конечном счете, обязательно провалится» [Россер]. Наибольший успех приносит рекламе обещание тех качеств турпродукта, в которых наиболее заинтересованы люди. Чем уникальнее свойства турпродукта, тем весомее ваше рекламное обещание.

Наиболее эффективным способом продвижения турпродукта является реклама в Интернете. Интернетом в России пользуется около 40% взрослого населения. С таким внушительным охватом Интернет стал очень привлекательной рекламной площадкой. В то же время, существует немало угроз при распространении рекламной информации через Интернет [Контекстная реклама в России, 2010].

Рекламные затраты на Интернет продолжают расти. К 2012 году доля Интернет в глобальных расходах рекламодателей почти сравнялась с долей газет. Если говорить о популярности форматов онлайн-рекламы, то продвижение в поисковых системах по-прежнему лидирует.

В 2010 году рекламный рынок в стране вырос на 16% по отношению к 2009 году. Как видим, Интернет «прибавил» намного больше – 35% (табл.) [Темпы роста затрат на Интернет-рекламу...].

Доля рынка Интернет-рекламы в России росла даже в годы кризиса и составила в 2010 году 10,7% и продолжает расти дальше: до 17% рынка в 2012 г.

В наш цифровой век, когда технологические инновации и изобретательность создают все новые формы развлечений и представления информации, стремление потребителей к живым онлайн-впечатлениям поистине безгранично. Большое распространение в настоящее время получила контекстная реклама – разновидность Интернет-рекламы, когда рекламные объявления в виде баннера или текста близки к теме той веб-страницы, на которой они размещаются. Вклад «контекста» в общие расходы на рекламу в Интернете выросла с 49,2% в 2009 до 51,4% в 2012 году. Доля баннерной рекламы снизилась с 33,2% в 2008 до 32,6% в 2009 году. Наиболее широко контекстная реклама используется в поисковых системах, когда рекламные объявления показываются одновременно с результатами, выдаваемыми поисковыми системами по запросам пользователей.

Темпы прироста рекламы в России по отношению к предыдущему году

	2006	2007	2008	2009	2010
Телевидение	30%	32%	23%	-18%	15%
Печатные СМИ	13%	16%	11%	-43%	7%
Радио	47%	19%	-6%	-36%	9%
Наружная реклама	25%	22%	13%	-40%	20%
Интернет	60%	*	39%	8%	35%
Прочие носители	44%	33%	33%	-19%	22%
ИТОГО	27%	30%	18%	-26%	16%

Источник: ZenithOptimedia

Интернет в туризме стал и главным средством донесения рекламы до потребителя, и крупнейшим в отрасли «торговой площадкой»: более 78% туристов по всему миру принимают решение о будущей поездке, используя Интернет-ресурсы, а 50% выбирают место отдыха с помощью социальных сетей [Чичканов, 2011, с. 8–9]. Самым непопулярным способом SocialTwist назвала блоги (см. рис.) [Самые популярные средства обмена ссылками...].

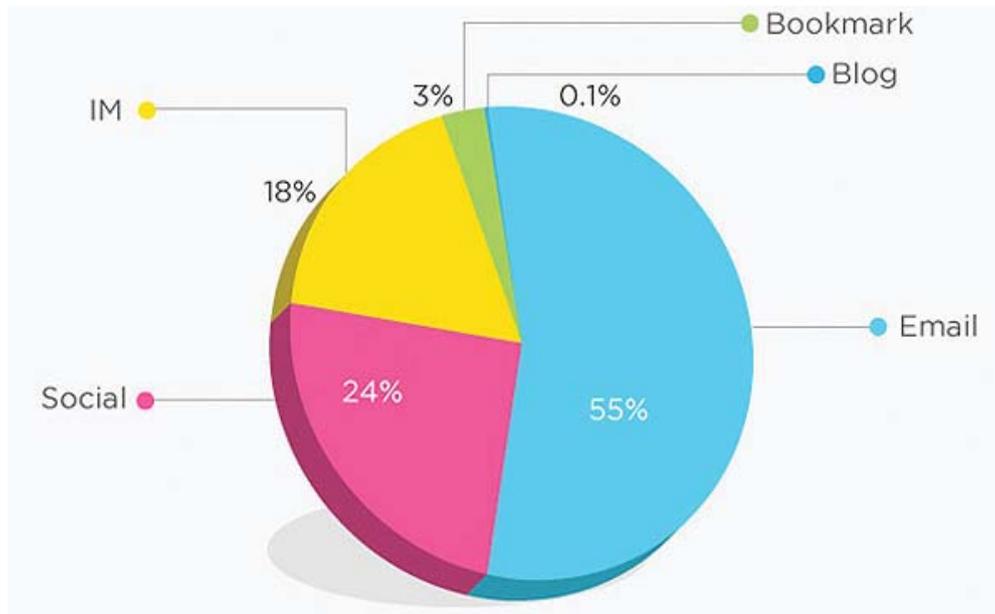
Рекламная информация в сфере туризма часто совмещена с возможностью приобретения тура с использованием безналичных платежей и пластиковых банковских карт. Но, согласно проводимым исследованиям, одной из основных причин медленного роста электронной продажи туров сегодня остается озабоченность покупателей надежностью средств, применяемых при расчетах в Интернете. Основные причины беспокойства связаны со следующими факторами: отсутствие гарантии конфиденциальности; недостаточный уровень проверки (аутентификации) участников операции; нет гарантии целостности данных.

Наиболее распространенными механизмами, призванными устранить указанные факторы и обеспечить безопасность проведения электронных платежей через Интернет, сегодня являются: протокол SSL (Secure Socket Layer), обеспечивающий шифрование передаваемых через Интернет данных и стандарт SET (Secure Electronic Transactions), разработанный компаниями Visa и MasterCard и обеспечивающий безопасность и конфиденциальность совершения сделок при помощи пластиковых карт [Методы обеспечения безопасности в сети Интернет...].

Протокол SSL – один из существующих протоколов обмена данными, обеспечивающий шифрование передаваемой информации. В настоящее время это наиболее распространенный метод защиты электронных транзакций в Интернете. Протокол обеспечивает защиту данных, передаваемых в сетях TCP/IP по протоколам приложений за счет шифрования и аутентификации серверов и клиентов. Это означает, что шифруется вся информация, передаваемая и получаемая web-браузером, включая URL-адреса, все отправляемые сведения (такие, как номера кредитных

карт), данные для доступа к закрытым web-сайтам (имя пользователя и пароль), а также все сведения, поступающие с web-серверов.

Протокол SSL позволяет решить часть названных проблем безопасности, однако его роль в основном ограничивается обеспечением шифрования передаваемых данных. Поэтому для комплексного решения перечисленных выше проблем была разработана спецификация и создан набор протоколов, известные как стандарт SET (Secure Electronic Transaction) – безопасные электронные транзакции.



Самые популярные средства для обмена ссылками в сети Интернет
(Источник: www.ruformator.ru)

Благодаря использованию цифровых сертификатов и технологий шифрования, SET позволяет как продавцам, так и покупателям производить аутентификацию всех участников сделки. Кроме того, SET обеспечивает надежную защиту номеров кредитных карт и другой конфиденциальной информации, пересылаемой через Интернет, а открытость стандарта позволяет разработчикам создавать решения, которые могут взаимодействовать между собой. Также важным фактором, обеспечивающим продвижение SET, является его опора на существующие карточные системы, ставшие привычным финансовым инструментом с отлаженной технологией и правовым механизмом.

Главная особенность SET – регламентация использования системы безопасности, которая устанавливается международными платежными системами. SET обеспечивает следующие требования защиты операций электронной коммерции:

- секретность данных оплаты и конфиденциальность информации заказа, переданной вместе с данными об оплате;
- сохранение целостности данных платежей, которая обеспечивается при помощи цифровой подписи;
- аутентификацию держателя кредитной карты, которая обеспечивается применением цифровой подписи и сертификатов держателя карты;
- аутентификацию продавца и его возможности принимать платежи по пластиковым картам с применением цифровой подписи и сертификатов продавца;
- готовность оплаты транзакций в результате аутентификации сертификата с открытым ключом для всех сторон;
- безопасность передачи данных посредством использования криптографии и др. [Методы обеспечения безопасности в сети Интернет...].

Таким образом, вместе с ростом рынка рекламы в сфере туризма, применением новых инструментов при проведении рекламных кампаний, особенно в сети Интернет, возрастанием креативности рекламы необходимо уделять внимание вопросам информационной безопасности, особенно предотвращению угроз доступности и целостности рекламной информации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Бабанчикова О.А. Развитие и совершенствование рекламных коммуникаций в туризме // Социально-культурные технологии: современное состояние и перспективы развития : материалы Всероссийской научно-практической конференции, 3 февраля 2012 г. / под общ. ред. Г.М. Бирженюка. – СПб. : СПбГУП, 2012. – 148 с. – С. 87–91; а)

Бабанчикова О.А. Тенденции развития современных рекламных коммуникаций в туризме // Современное состояние и потенциал развития туризма в России – 2011. IX международная научно-практическая конференция : сборник статей / под общей редакцией и.о. ректора Д.П. Маевского. – Омск : Омский государственный институт сервиса, 2012. – 229 с. – С. 154–157; б)

Бабанчикова О.А. Стратегические направления развития рекламной коммуникации в туризме // Актуальные проблемы менеджмента: стратегическое прогнозирование и стратегическое планирование : материалы международной научно-практической конференции в СПбГУ. – СПб. : ОЦЭиМ, 2012. – 217 с. – С. 181–184; в)

Бабанчикова О.А. Анализ эффективности рекламы в туристском бизнесе // Туризм и биологическое разнообразие : сборник докладов международной межрегиональной научно-практической конференции по случаю Всемирного Дня туризма 21–22 сентября 2010 г. (Санкт-Петербург, Россия). Часть 2. – СПб. : ИНЖЭКОН. 2010. – 230 с. – С. 60–64.

Доктрина информационной безопасности Российской Федерации. Утверждена Указом президента РФ от 9 сентября 2000 г. URL: http://www.rg.ru/oficial/doc/min_and_vedom/mim_bezop/doctr.shtm (дата обращения: 11.09.2013).

Зеваков О. В четыре раза быстрее ВВП // Журнал «Top-manager», 2007. – №6. – С. 134.

Инновации в сфере рекламы. URL: <http://visual-service.ru/osnovyi-reklamyi/5.html> (дата обращения: 20.08.2013).

Информационная безопасность. Введение в информационную безопасность. URL: <http://www.mylect.ru/informatic/securityinformation/116-ib45.html> (дата обращения: 16.08.2013).

Козловский В.И. Креативные основы рекламной коммуникации: системный анализ : автореферат дисс... доктора философских наук – М., 2002.

Контекстная реклама в России. 2010. URL :http://company.yandex.ru/facts/researches/ya_context_10.xml (дата обращения: 12.05.2013).

Методы обеспечения безопасности в сети Интернет. URL: <http://www.proweb.ru/articles/oglavlenie/glava2/security> (дата обращения: 13.05.2013).

Огилви Д. О рекламе. – М. : Эксмо, 2007.

Реклама и теория коммуникаций. URL: <http://www.inventech.ru/lib/reklama/reklama-0001> (дата обращения: 15.05.2013).

Россер Р. Реальность в рекламе. URL: <http://evartist.narod.ru/text14/90.htm> (дата обращения: 16.08.2013).

Самые популярные средства обмена ссылками / URL : <http://oohmasterad.wordpress.com/2010/10/13/> (дата обращения: 17.05.2013).

Темпы роста затрат на Интернет-рекламу вне конкуренции. 19.10.2010. URL: <http://mediarevolution.ru/advertiser/markets/2623.html> (дата обращения: 18.05.2013).

Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М. : «Классика-XXI», 2007.

Чичканов А.Б. Программа развития Санкт-Петербурга как туристского центра на 2011–2016 годы // Prohotel, 2011. – №5(26).

УДК 159.9

РОЛЬ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА В БИЗНЕСЕ ГОСТЕПРИИМСТВА (одессит Борис Лисаневич – основоположник индустрии гостеприимства государства Непал)

С.Н. Веткина, А.Ю. Кондратьева

Статья посвящена феномену эмоционального интеллекта, раскрытому на примере Бориса Лисаневича, явившегося основоположником туризма в королевстве Непал в середине XX века. Рассмотрены основные составляющие эмоционального интеллекта, необходимого управляющему предприятием индустрии гостеприимства: от умения вдохновлять сотрудников до контроля, как себя, так и подчиненных.

Ключевые слова: эмоциональный интеллект, туризм, Непал, Борис Лисаневич.

Способность отслеживать собственные и чужие чувства и эмоции, различать их и использовать эту информацию для направления мышления и действий к поставленной цели, а также умение заражать окружающих своими идеями, вдохновлять подчиненных на творческий труд – все это – проявления эмоционального интеллекта, ставшего с конца XX века основой успешного управления в индустрии гостеприимства [Mayer, Salovey, Caruso, 2000].

Успешный бизнес в сфере гостеприимства с каждым годом все в большей степени становится зависимым именно от эмоционального интеллекта его участников. Концепция гостеприимства, направленная на создание незабываемых впечатлений от поездки, требует высокой степени вовлеченности сотрудников предприятий в предоставляемую услугу. А это требует навыков работы в условиях постоянного поиска, генерации новых идей, одержимости своей деятельностью, эмоционального интеллекта. Преодолевать все возрастающую конкуренцию в этой сфере, используя только стандартные подходы, связанные с более глубоким овладением методами и приемами, совершенствованием качества обслуживания, не представляется возможным из-за сверхвысокой динамики развития отрасли и чрезвычайно высокой степени доступности систем коммуникаций. Поэтому только эмоциональный интеллект, помноженный на воспринятую на всех уровнях концепцию гостеприимства, приводит руководителей бизнеса к тем успехам, которые приносят им не только коммерческую выгоду, но зачастую и всемирную славу.

Как это часто бывает, задолго до оформления идеи эмоционального интеллекта в стройную научную концепцию наиболее талантливые, увлеченные представители бизнеса эмпирически пришли к подобным взглядам.

В далёкой горной стране Непал стоит памятник Борису Лисаневичу, на котором выгравировано «pioneered hospitality industry in Nepal» (основоположник индустрии гостеприимства в Непале). Борис Лисаневич впервые посетил эту страну в 1951 году (до этого существовал запрет на посещение ее иностранцами), а в 1954 г. основал первый отель для иностранцев – Royal. Кроме того, Лисаневич был организатором королевских банкетов, прогремевших на весь мир. В наши дни туристические прибытия в Непал составляют 736 тыс. чел. (по данным ЮН ВТО на 2011 год). Путеводители по Непалу непременно отмечают роль Б. Лисаневича в становлении въездного туризма, являющегося основной статьёй доходов страны.

За поражающим результатом скрывается история всей жизни этого человека. Борис Николаевич Лисаневич родился в семье южнороссийского коннозаводчика в 1905 году. Он учился в юнкерском училище в Одессе. Когда произошла Октябрьская революция, Лисаневич стал танцором труппы Одесского театра. Во времена НЭПа он уехал в Париж, где сначала работал в театрах, а потом танцевал в труппе дягилевского «Русского балета» Как многие русские эмигранты

того времени, он вынужден был искать стабильный заработок. Его первой предпринимательской затеей была торговля икрой на Французской Ривьере. Помимо этого он продолжал танцевать в антрепризах, гастролировал по Европе, Южной Америке.

Гастрольная судьба забрасывает его в восточные страны (Индия, Бирма, Китай, Индонезия, Вьетнам и Цейлон). Уже собираясь возвращаться в Европу, в 1934 году он оказывается в Калькутте.

Обнаружив, что во втором по значению городе британской империи, которым в то время была Калькутта, нет приличного места, куда можно было бы пойти после двух часов дня, когда в учреждениях заканчивается работа, Лисаневич стал одним из основателей Клуба-300. Здесь проявляется принцип успешных людей – «оказаться в нужном месте в нужное время».

В тот период в колониальной Индии было немало светских клубов, но ... посещали их почти исключительно жители Великобритании. Это подтолкнуло к созданию заведения для гостей смешанного евроазиатского состава, с круглосуточным функционированием, что уже провоцировало спрос. Более того, предприятие решено было назвать: «Клуб-300» подобно «Клубу 400» в Лондоне, где цифра означала число постоянных членов; при этом калькуттский клуб, был более эксклюзивным. Клуб расположился в выбранном Лисаневичем особняке «Причуда Филиппа», история которого была связана с армянским архитектором, построившим дом для себя и возлюбленной, сбежавшей накануне свадьбы.

За двенадцать дней до открытия Лисаневич сумел переоборудовать здание, нанять персонал и собрать оркестр (оркестра в традиционном понимании в Калькутте не было, поэтому он сам пригласил музыкантов и прорепетировал с ними). На роль повара был приглашен белый офицер Владимир Галицкий, работавший до этого одним из шеф-поваров в знаменитом отеле Негреско в Ницце. На открытие Клуба-300 прибыло не менее 600 гостей, а список 180 учредителей клуба был полон имён магараджей, раджей и мультимиллионеров. Ошеломляющий успех Клуба-300, по воспоминаниям гостей [Гоулман, 2013; Пессель, 2007], был целиком обязан Борису Лисаневичу.

Сходство со знаменитым лондонским клубом, удачный выбор помещения, необычная концепция заведения, великолепная кухня, отличный сервис, а, главное – неординарность личности, стоявшей за этим – сразу сделали Клуб-300 излюбленным местом интернациональной элиты.

Таким образом, Б. Лисаневич, не имея опыта и специфических профессиональных знаний, преуспел в организации уникального клуба, поскольку обладал умением отдаваться выбранному делу целиком, воодушевляя окружающих, используя составляющие эмоционального интеллекта, такие как: понимание и контроль собственных эмоций, самомотивация, понимание эмоций других, социальные навыки, а также обширные гуманитарные знания.

Познакомившись в своем клубе с королем Непала в изгнании, Борис Лисаневич принял участие в государственном перевороте 1951 г., в результате которого в стране была восстановлена прежняя власть.

В 1956 году, когда после смерти этого короля к власти пришел его сын, оказавшись «в нужное время в нужном месте», Борис Лисаневич принял участие в организации коронации нового правителя. С этой задачей он справился блестяще, что имело громкий резонанс в прессе.

Оценив туристический потенциал Непала, Лисаневич загорелся идеей создать отель и сумел убедить непальцев в этой необходимости. (Изначально они считали, что туристов нечем будет привлечь, потому что в Непале не было таких современных зданий, как в соседней Индии). Один из приближенных нового короля согласился предоставить Лисаневичу половину своего дворца для учреждения отеля. Имея за плечами опыт администрирования и предпринимательства, интуитивно угадав перспективность развития туризма в Непале и творчески подойдя к делу, Лисаневич основал отель Royal и управлял им на протяжении нескольких десятков лет. Ему пришлось столкнуться с целым рядом проблем, поскольку ни инфраструктуры, ни подготовленных специалистов, ни подходящих продуктов питания в стране, находившейся в то время в политической изоляции, не было: все приходилось начинать с нуля.

С ростом туризма и учреждением офисов международных организаций, отель Royal стал местом встреч европейцев и непальцев. В списке гостей отеля: премьер-министр Индии Д. Неру (его самолет приземлился до прилета сопровождавшего самолета с провизией, поэтому на банкете и у короля и у премьер-министра подавали блюда а-ля Борис), космическая пара – В. Терешкова и А. Николаев во время своего медового месяца, К. Ворошилов и Чжоу Эньлай, И. Ганди...

В 1950–1960-х годах Б. Лисаневич участвовал в организации и снабжении продовольствием экспедиций альпинистов, направлявшихся в Гималаи. Он размещал их в своём отеле по сниженным расценкам или вообще бесплатно. Для альпинистов Royal стал родным домом.

Крупнейшим событием в жизни Непала стал государственный визит английской королевы Елизаветы II в 1961 г., спустя 50 лет после последнего визита английского монарха. В значительной мере благодаря участию Б. Лисаневича прием удалось организовать на таком высоком уровне, что об этом писали газеты всего мира.

Стремление использовать полученные знания, умения, предшествующий опыт для поиска решений в нестандартных ситуациях, умение заражать своими эмоциями окружающих привели к тому, что Б. Лисаневич вошёл в историю: о нём написано несколько книг, сняты фильм с его участием («Человек из Гонконга», 1965) и картины о нём. В меню непальских ресторанов прочно вошли фирменные блюда русской кухни. А в ресторане отеля «Yak and Yeti» (бывший отель Royal) в начале холодного сезона проходит церемония торжественного зажжения камина, у которого собравшиеся тепло вспоминают Бориса.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Mayer J.D., Salovey P., Caruso D.R. Models of emotional intelligence // R.J. Sternberg (ed.). Handbook of human intelligence (2nd ed.). – New York : Cambridge University Press, 2000. – P. 396–422.

Гоулман Д. Эмоциональный интеллект в бизнесе. – М. : «Манн, Иванов и Фербер», 2013. – 512 с.

Пессель М. Тигр на завтрак. – М. : Терра, 2007. – 304 с.

УДК 796.51

О ТЕХНОЛОГИИ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Н.Н. Гировка

Рассмотрены организация и реализация проектных работ в области туризма, туристский рынок Нижегородской области, необходимость создания научных институтов туризма и гостеприимства.

Ключевые слова: туризм, проект, проектные работы, бизнес-структуры

На российском рынке разработка концепций, программ и их реализация целиком или в виде серий проектов в сфере туризма самого различного иерархического уровней инициируется и осуществляется исключительно государственными структурами. В Нижегородской области это министерство поддержки и развития малого предпринимательства, потребительского рынка и услуг, в функции которого вменено развитие туризма территории, а также подразделения городской власти и муниципалитеты, в рамках своих полномочий, частные компании в рамках своих интересов и возможностей.

В настоящее время на российском рынке в целом и на нижегородском, в том числе, свободно существуют и функционируют большое количество различных частных (проектных,

консалтинговых, маркетинговых, аналитических и др.) структур. Такие структуры специализируются на выполнении отдельных проектов в самых различных отраслях, в том числе и в туризме. При этом, как оказывается, в подавляющем большинстве таких структур специалистов по туризму практически нет: есть, инженеры, прикладные математики, программисты, менеджеры, проектировщики, архитекторы, экономисты, журналисты, историки и т.п. Опыт и знания по тематике выполняемых проектов в области туризма, они преимущественно черпают от заказчиков, из различных консультации или из интернета, а также собственных туристских поездок (в виде туриста, а не специалиста). Фактически такая теоретическая и методическая основа хаотична, фрагментарна и не системна.

На российском туристском рынке, включая и нижегородский, традиционно (в течение последних 15–20 лет) сложилась ситуация, когда государственные структуры в лице профильного министерства, комитетов, департаментов и органов власти являются и заказчиками и основными исполнителями создаваемых концепций и программ развития. На этапе реализации программ, некоторая часть исследовательских и проектных работ поручается сторонним организациям, как правило, многочисленным частным фирмам, о которых говорилось выше. В настоящее время на нижегородском туристском рынке такие фирмы выполняют практически все проектные работы в области туризма.

К чему ведет такая замкнутая и не имеющая серьезной аналитической основы технология формирования и реализации программ? Прежде всего, обращает на себя внимание факт отсутствия анализа ключевых направлений: эффективности, рентабельности, востребованности, а также других общественно и социально значимых показателей как ранее выполненных и функционирующих программ (проектов), так и проектируемых, соответственно. Когда в качестве основного (часто единственного) обоснования служат либо текущие показатели, возникшие новые условия в других отраслевых комплексах, но чаще всего просто перенесенные с других регионов и стран старых проектов (а как известно, вторых «Лас-Вегасов» или «лазурных берегов» не бывает), т.е. факторов не являющиеся основными (уникальными для данной территории и ее ресурсного потенциала). Зачастую такие проекты свидетельствуют о простом не ведении как заказчиков, так и инвесторов об основных тенденциях развития туризма, видах и направлениях туризма, туристско-рекреационных потребностях и формах их реализации, рынках спроса их емкости и особенностях, и т.д.

Далее, при изменяющихся внешних причинах (кризисах, смене власти, смене отраслевых функций и др.) как правило, отсутствует анализ функционирования уже существующих комплексов и программ. Практически нет аналитических программ по улучшению работы уже существующих комплексов, повышению их роли, значения, рентабельности, окупаемости. Фактически, отсутствие преемственности существующих и принимаемых программ, в свою очередь ведет к практическому игнорированию предыдущего опыта, имиджа, полного и рационального использования ресурсного и иного потенциала территории. И наконец, последнее, происходит полное игнорирование социальных аспектов такой деятельности: качества и престижа создаваемых рабочих мест, сохранения среды обитания, системы, уклада и традиций жизни коренного населения и других вопросов.

В целом, среди реализованных проектов в области туризма такими технологиями за последние 10–15 лет на территории Нижегородской области, вскрывается ряд важных проблем:

- относительно низкая (если не убыточная) эффективность функционирования подавляющего большинства проектов (включая самые крупные из них: гостиница в Болдино, «Город мастеров» в Городце, «Дивеевская слобода» в пос. Дивеево);
- низкое по качеству и разнообразию программное наполнение, отсутствие обновления программ, отсутствие межрегиональных проектов и программ;
- низкое кадровое обеспечение (есть и исключения, например в г. Городце «Город мастеров»), однако, в своем большинстве функционирования существующих и созданных комплексов.

Все эти и многие другие факторы, вытекающие из них, в целом приводят к тому, что рентабельность и доходность функционирования реализованных проектов отраслевого туристского комплекса находится либо на минимально низком уровне, либо они вообще убыточны, фактически это свидетельство до сих пор не сформированного туристского комплекса территории.

Пока, оставив в стороне вопросы финансирования проектных работ в европейских странах. Технология организации проектных работ в зарубежных странах (в частности, в европейских) исключительно основана на исследованиях университетских и межуниверситетских структур (студенческой и профессорской исследовательской и проектной работе). В области проектной деятельности, охвачен практически весь иерархический уровень проектных работ: начиная от создания концепций, программ, проектов, до решения локального вопроса конкретного туристского комплекса и вопросов межгосударственного взаимодействия в рамках европейских проектов. При этом, как показывает опыт такой практики, одновременно решается практически полный комплекс как текущих, так и системных (стратегических) вопросов принципиального плана:

- студенты, участвуя в проектных и исследовательских работах (за образовательные кредиты в рамках своих образовательных программ, практик и стажировок), приобщаются к исследовательской деятельности, создают себе рабочие места, позиционируют себя в профессиональной области, получают практический опыт в отраслевых структурах, подтверждают полученные теоретические знания в университетах, колледжах;

- преподаватели совершенствуют методики преподавания своих дисциплин, используют передовой опыт отраслевых структур, проводят научные исследования, внедряют результаты научных исследований в практику;

- вузы взаимодействуют в создании межгосударственных программ и проектов, например в рамках европейского союза, когда для создания проекта кооперируется не менее трех вузов или не менее трех стран;

- органы управления самого различного уровня, заказывая концепции, программы и проекты получают современные, комплексные, научно обоснованные результаты, которые немедленно внедряются в практику развития отрасли той или иной территории.

Это наиболее краткий и экономически обоснованный путь создания проекта и его 100%-ное внедрение. Причем, в данном случае происходит тройственное открытое и обязательное взаимодействие, ориентированное на конкретного потребителя (идут от потребителя), для которого и создается проект (программа), между: органами управления территориями, университетом (который создает проект) и отраслевыми структурами или инвесторами (рис. 1).

В этом открытом взаимодействии, использование университетов, определяется их колоссальным научным и методическим потенциалом, а также кадрами для выполнения тематических проектов, включая студенчество как самое заинтересованное звено. Кроме того, университеты располагают относительной самостоятельностью и могут включать в список соисполнителей как университеты других регионов и стран, так и органы управления соответствующих территорий и стран, а кроме того, они формируют комплексные команды для наиболее объективных, полных и разносторонних исследований и получения достоверных результатов проектирования. В результате практически все проекты имеют серьезное научное, методическое и отраслевое обоснование, используют максимальное разнообразие ресурсов территорий, что позволяет формировать множество туристских продуктов и программ, обладающих высочайшей степенью взаимозаменяемости, многообразием участия и обновления, а также высокой степенью сохранности основных фондов территорий.



Рис. 1. Европейская модель взаимодействия в процессе проектирования

Обращение российского государства к индустрии туризма весьма своевременно и может оказаться успешной только на основе использования этого положительного опыта университетских научных и прикладных исследований и взаимодействия. Упорное отстаивание стихийно возникшей системы планирования, проектирования и реализации проектов в современных российских условиях является весьма убыточным и не поворотливым по своей конструкции, с весьма низким научным и методологическим обоснованием. Более того, такую ситуацию усугубляет весьма сильно развившаяся мода на создание различных бизнес-структур (инкубаторов, инновационных центров и т.п.) при административных и управленческих структурах. Как показывает время, результаты работ таких структур на фоне высоких затрат, оказываются относительно низкими, а рентабельность созданных (инициированных) с их помощью комплексов либо не высока, либо они вообще убыточны. Основной причиной такого положения разделение интересов и фрагментарность (обособленность) решаемых задач в единой триаде или единой технологической цепочке от проекта, создания туристского продукта, его реализации и функционировании (рис. 2), даже не говоря о крайне низком взаимодействии всего отраслевого комплекса территории с созданным проектом.



Рис. 2. Российская модель взаимодействия в процессе проектирования

Российская модель комплексных (и отраслевых) исследований разработала свои структуры (способы) и решения таких проблем, к которым относятся:

- отраслевые НИИ, например, в университетах создаются тематические (аналоги отраслевых) научно-исследовательские институты;
- академические НИИ в структуре Российской академии наук.

Как представляется, на уровне отдельных регионов создание отраслевого научно-исследовательского института туризма и гостеприимства проблематично. Однако на уровне Федеральных округов это вполне реально и очевидно крайне своевременно. Как правило, федеральные центры располагаются в крупных городах – миллионниках, обладающих определенным и достаточно высоким научным и исследовательским потенциалом, в тесной координации своей деятельности с другими крупными городами своих округов, они обладают довольно солидным научным и методическим потенциалом.

Как представляется, наиболее целесообразно создание научно-исследовательского института туризма и гостеприимства в структуре университета, обладающего наибольшим опытом научно-образовательных и исследовательских работ в данном направлении.

В Нижегородской области это Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, в структуре которого более 12 лет ведется успешная подготовка специалистов в области туризма (подготовлено более 500 специалистов). При этом, образовательные программы были выстроены с преимущественной ориентацией на реализацию всей технологической цепочки аналитической и проектной деятельности. Начиная от исследований, разработку туристских продуктов и программ, оценку туристско-рекреационных ресурсов территорий, проектирование туристских комплексов и маршрутов, проектирование, создание, продвижение и реализацию туристских продуктов (программ) и до взаимодействия с другими отраслевыми комплексами территориями и странами, а также на международное сотрудничество в научной, образовательной и практической работе. Это очень существенное отличие от образовательных программ иных учебных заведений, пришедших на региональный рынок спроса со сторонними образовательными программами, как правило, имеющими мало общего с региональным отраслевым и межотраслевым комплексами.

Последние четыре года, лучшие студенты проходят обучение и стажировки во Франции, получая французские государственные дипломы специалистов в области гостиничного бизнеса и туризма, наряду с российскими дипломами о высшем профессиональном образовании.

УДК 796.5

РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ К РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Л.Э. Глаголева, А.Н. Колонистова

Предложены рекомендации к реализации концепции развития туризма в Воронежской области, представлены основные направления развития въездного туризма. Выделены следующие виды туризма: литературный, познавательный, археологический, спортивный, научный, паломнический.

Ключевые слова: туризм в Воронежской области, рекомендации, природные рекреационные ресурсы области, перспективные направления

Туризм становится неотъемлемой частью жизни каждого человека. Люди стремятся познать новое и интересное, прикоснуться к истокам истории своей родины и своего края, узнать особенности других стран и регионов мира.

Воронежская область является очень привлекательной территорией для туристов с точки зрения расположения, экологической обстановки и культурно-исторического наследия. Область расположена на юго-западе Российской Федерации и является самой крупной по территории и наиболее развитой в социально-экономическом отношении регионом Центрального Черноземья. Назвать Воронежскую область развитым центром туризма в настоящее время было бы неправильно, но регион обладает всеми необходимыми ресурсами и возможностями.

Территория области в первую очередь обладает хорошими климатическими ресурсами, комфортными температурами в летний и зимний период, что позволяет заниматься различными видами туризма. Природные рекреационные ресурсы области дополняются многочисленными культурно-историческими памятниками.

Большая территория, прекрасные природные условия, архитектурные и археологические памятники, памятники природы, экологические центры, позволяют развивать в регионе большое количество видов туризма, сочетая их между собой, что помогает привлекать большой спектр туристов, и охватывать большую часть их интересов.

В настоящее время в нашем регионе хорошо развиты следующие виды туризма: литературный, познавательный, археологический, спортивный, научный, паломнический. Но это не значит, что список должен на этом заканчиваться, развитие туризма в дальнейшем будет способствовать развитию все новым и новым видам туризма.

В настоящее время намечены следующие направления развития туризма на территории Воронежской области. Может получить свое развитие в вопросах посещения памятных мест, музеев, мест жительства знаменитых российских поэтов и писателей, родившихся или проживающих на территории нашего края. Уже сейчас работает дом-музей Бунина, проводятся литературные экскурсии.

Паломнический или религиозный туризм – это, прежде всего, знакомство с историей мест, связанных с духовными святынями. Воронежская область – территория, богатая православными храмами, монастырями, живописными источниками. Чтобы увидеть шедевры храмовой архитектуры, познакомиться с православным укладом, понаблюдать за ходом церковных служений, послушать духовную музыку и, возможно, пережить особые чувства – за этим приезжают путешественники в святые места.

Обладая культурными и религиозными святынями регион, полностью, может удовлетворить потребности в этом виде туризма. Но не будем забывать и о восстановлении сил физических и моральных, чему способствуют спортивный туризм, сельский и культурно-этнический.

Развитие спортивного туризма очень важно для населения не только нашего региона, но и всей страны в целом. В области имеется две конноспортивные базы предоставляющие услуги прогулок и отдыха на лошадях, отдыха на природе, где можно отдохнуть на турбазе, приобщиться к природе, получить полный спектр услуг. Так же проводятся различные мероприятия всероссийского значения. Азиатский кубок по спортивному ориентированию, «Кросс Наций» и т.д.

Сельский туризм включает посещение туристами сельской местности, отдых и оздоровление в экологических чистых районах. В области возможно развитие данного вида туризма благодаря наличию пустующих территорий бывших коллективных хозяйств, прекрасно сохранившимся сельских территорий, с прекрасными сельскими ландшафтами и пейзажами, положительно влияющими на психологическое восстановление человека. Примером успешного использования сельской местности для развития туризма может служить «Деревенька XVII–XIX веков» Эртильский район, Хутор Ломы Воробьевский район. Это успешные проекты, привлекающие в настоящее время сюда туристов желающих приобщиться к истории и жизни на селе. Проводятся различные фестивали русской песни и русского творчества, для разновозрастных категорий граждан. Опыт этих двух объектов должен и может применяться для дальнейшего развития вида туризма в регионе.

Развитие сельского туризма на теории области способствует самозанятости населения его развития, как экономического, так и культурно-нравственного. Развитие сельского туризма позволяет охватывать все стороны развития региона. В настоящее время большое количество людей выбирают направление экологического туризма, этнического, которые прекрасно сочетаются с сельским туризмом и могут использовать имеющиеся ресурсы территории, без нанесения ущерба для нее.

Этнический туризм преследует цель посещения туристами мест своего рождения, проживания родственников и близких, также посещение российской глубинки городскими жителями с целью ознакомления с архаичными говорами, фольклором, бытом, культурой народов. Данный вид туризма занимает важное место в международном туристском объеме. В нашей области данный вид туризма только начинает развиваться. Одним из перспективных направлений видим развитие этнического туризма связанного с изучением малых народов проживающей на территории нашей области. Некоторые народы проживали многие годы на нашей территории, смешивались с нашей культурой и оказывали непосредственное влияние на нее. Что непосредственно находит свое отражение в национальных нарядах, песнях, укладе жизни.

Финоугорские народы проживают в Воронежской области с давних времен. Сейчас их насчитывается около 1000 человек, проживают они конечно на территории всей области, но больше всего они представлены на территории двух районов Новохоперского и Поворенского. Большая часть проживает в сельской местности и занимается сельскохозяйственными видами деятельности. По последним данным численность марийцев и мордвы постепенно сокращается, в виду отрицательного естественного прироста и низкого уровня жизни в сельской местности, малой занятости населения. Проблему самозанятости малых народов в перспективе может решить деятельность, связанная с сельским туризмом и рекреации.

Все перечисленные виды туризма в регионе должны развиваться комплексно, чтобы работал целый комплекс услуг, с целью привлечения туристов разной возрастной категории. Таким образом, ниже перечисленные сильные стороны для развития туризма в Воронежской области будут способствовать дальнейшему развитию региона в этом направлении: наличие природных ландшафтов, заповедников, заказников и памятников природы; наличие богатого исторического и культурного наследия; выгодное географическое положение; наличие благоприятных природно-климатических условий; благоприятное расположение области относительно основных транспортных магистралей; активное социально-экономическое развитие Воронежской области.

УДК 338.48:796.51(517)

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ЭТНОТУРИЗМА В ХОВДСКОМ АЙМАКЕ МОНГОЛИИ

Гэндэнжав Нямдаваа

В статье рассматриваются следующие вопросы: социально-экономические условия и инфраструктура Ховдского аймака, правовая среда и международное сотрудничество, природные условия и туристские ресурсы, этнотуристические ресурсы.

Ключевые слова: турресурсы, социально-экономические условия, туристская инфраструктура, правовая среда, природные условия, этнотуризм.

В последние годы количество иностранных и отечественных туристов, желающих посетить Ховдский аймак, значительно возросло.

Из-за особенности природных, социальных, исторических условий Монголии развитие туризма имеет некоторый специфический характер в каждом районе. Северный Хангайский район привлекает внимание тех туристов, которые предпочитают наслаждаться красивыми природными пейзажами (озерами, горами, лесом). Хэнтэйский район привлекает туристов, которых интересуют исторические памятники, связанные с Чингисханом и другими событиями. В Южный район чаще всего приезжают туристы, желающие посмотреть на Гоби, древние останки животных, а также поохотиться в горах. В Западной Монголии особенно в Ховдском аймаке, больше всего развивается направление этнотуризма.

Ховдский аймак расположен на западной части страны, далеко от столицы Улан-Батор на расстоянии примерно 1400–1500 км, охватывает горы Монгольского Алтая, котловину Больших озер и Заалтайскую Гоби. Общая площадь аймака составляет 76,1 тыс. квадратных км. На западе он граничит с Китайской Народной Республикой, севере с Баян-Ульгийским, Увс аймаками, на востоке с аймаком Завхан и на юге Гоби-Алтайским аймаком.

Центр аймака – город Ховд, является не только самым старым городом, но и крупнейшим экономическим центром Западной Монголии.

В последние годы увеличивается количество иностранных туристов, посещающих Ховдский аймак, а также компаний и турфирм, с ними работающих. Ежегодно около 1 500 иностранных и больше 10 тысяч монгольских туристов посещают Ховдский аймак. Но этот показатель далеко не предельный.

Число туристов посещающих в Ховдский аймак

Год	Количество иностранных туристов, чел.	Количество монгольских туристов, чел.
2009	1040	6500
2010	1352	10476
2011	1623	14297
2012	1592	12399

На территории Ховдского аймака функционируют более 20 организаций сферы туристского размещения, различающихся по характеру обслуживаемого контингента, где заняты более 100 человек обслуживающего персонала.

Главную работу с иностранными туристами, приезжающими в Ховдский аймак, проводит отделение фирмы «Жуулчин», находящийся в Уланбаторе, хотя иностранных туристов принимают также местные фирмы «Ховд-тур», «Ховд-сафари» и «Ховд-гид».

За последние годы в центре аймака созданы новые современные турбазы «Монгон уул», «Буурчийн газар» и др.

Социально-экономические условия и инфраструктура Ховдского аймака

Поскольку Ховдский аймак находится на горной и труднопроходимой территории, одним из главных условий развития туристской инфраструктуры является строительство дорог.

В настоящий момент прокладывается дорога, главная ось которой идет через центр страны, за счёт госбюджета с Китайской границы в рамках проекта «Дорога тысячелетия». За последние годы успешно продолжается строительство асфальтированной дороги протяженностью более 300 км, в том числе от города Ховда до центра Манхана 85,7 км, Манхан-Зэрэг-Дарви – 100 км, Тэмээн хузуу-Бага улаан даваа – 110,8 км, Уенч-Алтай – 40 км.

Также проводится строительство дороги в направлении границы Российской Федерации через город Ульгий. Она будет играть большую роль в развитие туризма не только в Ховдском аймаке, но и во всей Западной Монголии.

Открылся международный авиарейс сообщения Улан-Батор – Ховд – Урумчи (СУАР КНР). Уже ведутся исследования для открытия авиарейсов по сообщению Барнаул, Новосибирск и Горно-Алтайск для которого начинается уже исследование. Благодаря международным рейсам резко увеличилось количество не только туристов из Российской Федерации, но и из других стран.

В настоящее время в аймаке каждый день осуществляются рейсы крупнейшими монгольскими авиакомпаниями «Аеро Монголия» и «Изинес».

Одной из неотъемлемых частей развития туристской инфраструктуры, является снабжение населенных пунктов постоянной электроэнергией. Для достижения этой цели в Ховдском аймаке функционирует новая гидроэлектростанция «Доргон», снабжающая не только Ховдский аймак, но и Баян-Ульгий и некоторые сомоны Гоби-Алтайского аймака. А также сооружена система линия передачи между всеми сомонами аймака, благодаря которой электроэнергией снабжены центры всех сомонов.

Средства коммуникации тоже являются неотъемлемой частью и важнейшим условием для развития туризма, поэтому во всех сельских населённых пунктах, можно воспользоваться услугами операторов мобильной.

Огромное значение в развитии туризма имеет и подготовка кадров. Так Ховдский университет готовит специалистов по сервису и туризму, по японскому языку, преподавателей русского и английского языка.

В последние годы увеличивается и число местных мастеров, изготавливающих различные национальные сувениры, с богатыми культурными особенностями этнических представителей, проживающих в Ховдском аймаке с древних времён. Благодаря деятельности дружины животноводов, в некоторых сомонах научились делать сувениры из войлока, на котором изображены разнообразные портреты и наскальные рисунки.

Правовая среда и международное сотрудничество

В основной программе деятельности Губернатора аймака и развития Западного экономического района существует пункт, где поставлена конкретная задача, сформировать благоприятные условия для развития туризма в Ховдском аймаке, создания турбаз и увеличения количества не только иностранных, но и монгольских туристов.

Также «Проект развития туризма Западной Монголии» утвержден советом Западного региона Монголии.

2011-ый год в Ховдском аймаке объявлен годом «Устойчивого развития природной среды», в рамках которого была организована экоэкскурсия «Прекрасная природа Ховда».

В рамках объявленного года проведены различные мероприятия и тренинги по улучшению сервиса туризма для турфирм.

Успешное развитие внешних связей аймака очень важно для развития туризма.

Соглашение, подписанное между Синьцзян Уйгурским Автономным регионом и Ховдским аймаком играет немалую роль в области строительства дороги и развития туризма в Западном экономическом районе страны.

Данное соглашение получило высокую оценку от Министерства дороги, транспорта и туризма Монголии. Уже сложилась хорошая традиция между СУАР-ом и Ховдским аймаком: монголо-китайский пограничный праздник туризма. В рамках соглашения и праздника уже имеется большой опыт по краткосрочному (трехдневному) туризму в приграничных сомонах Булган Ховдского аймака и Чингэл Алтайского округа СУАР.

Природные условия и туристские ресурсы

Природа аймака очень разнообразна. Её составляют пики с ледниками гор Монгольского Алтая, озёра в Котловине Больших озер, пустыня Заалтайская Гоби, большие горные реки и т.д.

Ховдский аймак богат редкими дикими животными, занесенными в Красную книгу. На территории зарегистрировано более 80 разновидностей млекопитающих, относящихся к 18 родам и 7 видам. Разнообразен мир перелётных и зимующих в устьях незамерзающих зимой рек птиц. Монголо-японскими учёными было установлено, что журавли, улетающие на зиму из Ховдского аймака перелетают через Гималайские горы.

Растительный мир так же очень богат и разнообразен. Он представлен 1150 разновидностями растений, относящихся к 381 виду и 89 родам. Среди них и есть редкие и лекарственные травы, занесённые в Красную книгу Монголии.

Этнотуристические ресурсы

Культурно-исторические памятники территории аймака являются главными ресурсами этнотуризма. В центре города стоят памятники великому хану Джунгарской империи Галданбошигу и пламенному борцу за свободу народа Ард Аюушу и Амарсанаа.

В каждом центре сомонов существуют буддистские монастыри.

Ховд является единственным аймаком Монголии, где проживают представители многих этнических групп. Общее население 88,4 тыс, из которых халхасы составляют 26,6%, захчины 22,5%, 10,1% казахи, 9,1% торгоуты, 7,5% элэты, 7,1 ураинхайцы, 4,7% мянгады, 4,6% дербеты, узбеки и др.

Представители каждой этнической группы отличаются друг от друга одеждой, культурой, диалектом и традициями. Особый интерес представляют их песни, танцы и их культурное наследие.

Нигде в мире не встретится ансамбль, в котором выступают одновременно более 200 певцов горлового пения, кроме сомона Чандмань. В 2010 году во время церемонии, посвящённой юбилею 80 летия образования аймака на стадионе выступили 200 певцов горлого пения. 2011 году во время международного фестиваля горлого пения участвовали 500 певцов горлого пения из Ховдского аймака. Кроме того пение эпоса урианхайцев считается своеобразной формой классического искусства.

Если Чандманьцы известны горловым пением, то жители из местности Цэцэг славятся акробатикой. А урианхайцы Дуут и Монххайрхана отличается от других пением эпоса на национальном инструменте товшуур, мянгады, дербеты Мянгада и Доргона славятся национальными танцами.

Самым интересным праздником привлекающим туристов является национальный праздник монголов. По другому его называют «Три игры мужей», во время которого проводятся национальная борьба, стрельба из лука и скачка. Участвуют мужчины всех возрастных категорий. Во время этого праздника резко увеличивается число туристов.

Один из этнических представителей – казахи, привлекают большой интерес туристов. У них богатая традиция вышивки ручной работы, беркучья охота и двуструнный национальный инструмент домбра.

Для того, чтобы привлечь туристов созданы многие новые объекты туристического показа. Так, например создан «Центр национальных культур» где поставлены юрты, в которых собраны вещи повседневного обихода разных национальностей и этнических групп Монголии, а также показаны особенности их истории и культура. Кроме того, создан большой Буддийский комплекс с дацанами и 108 суварганами. На горе Ямаат построена «Возвышенность дружбы этнических групп», откуда можно увидеть красивейшую панораму города Ховда, а также здесь возведен священный буддистский «суварган». У входа города со стороны Улан-Батора поставлена «Дверь гостеприимства» и т.д. Сейчас в городе имеется большой маршрут для туристов.

С древнейших времён жители Ховдского аймака имеют богатую традицию выращивать овощи, ягоды и фрукты, благодаря этому нет трудностей приготовить пищу из овощей для туристов.

Особенности пастбищного животноводства Монголии можно увидеть в любое время года. Уникальная особенность кочевой цивилизации вызывает большой интерес у иностранных туристов.

Велико разнообразие национальных игр ойратов, создававшихся для физического и умственного развития и воспитания детей.

Кроме того, впервые в центре Западного региона Монголии был проведен международный фестиваль фольклорного искусства монгольской нации «Золотое наследие», в котором приняли участие видные мастера и известные исследователи искусства, певцы горлового пения, эпосцы Алтая, игравшие на национальных инструментах товшуур, экель не только из Западных аймаков Монголии, но и из Горного Алтая и Тувы России, ГДР, США, Японии, КНР и др.

В сельских местностях встречают туристов гостеприимные животноводы.

Существует хорошая перспектива сотрудничества для развития туризма на территориях Западной Монголии.

Вывод:

Нужно усовершенствовать программу развития туризма не только в Ховде но и Западном районе Монголии. Для успешной реализации программы необходимо целенаправленные государственные и частные капиталовложения.

Природные и исторические условия, состав многих этнических групп населения Ховдского аймака создает подходящие условия для туризма с преобладанием этнотуристического направления.

Несмотря на то, что в Ховде многое делается для развития туризма и увеличивается число туристов и турфирм, туризм здесь еще находится на начальной стадии развития. Поэтому необходимо создавать благоприятные условия для туристов, в том числе хорошие гостиничные номера, улучшать качество обслуживания, расширять инфраструктуру и т.д.

Нужно улучшить и расширить внешние связи, создать совместные мероприятия с приграничными аймаками и странами. Для этого необходимо принять меры для поощрения зарубежного капиталовложения и внешнего сотрудничества.

Необходимо провести научное исследование туристского рынка региона и его потребности в квалифицированных кадрах, разработать оптимальные и маршруты для проведения туров и экспедиций, а также подготовить специалистов, обеспечивающих современную потребность туристических организации.

УДК796.51(575.4)

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЮГО-ЗАПАДНОМ ТУРКМЕНИСТАНЕ

А.В. Кузнецов

Рассматривается современное состояние Западного Копетдага как потенциально перспективного района для развития туризма. Показана общая природная и социальная обстановка. Сообщается о решении создать Национальный Парк «Западный Копетдаг».

Ключевые слова: Западный Копетдаг, развитие туризма, святые места, Национальный парк.

Туркменистан – современное, динамично развивающееся, молодое государство. К туризму здесь особенное отношение. Для настоящего времени характерна позитивная динамика в становлении как внутреннего, так и международного туризма. Это обусловлено государственной политикой, направленной на возрождение историко-культурного наследия Туркменистана и содействующей развитию туризма, как приоритетной отрасли экономики страны. Законодательная основа для планомерного развития туризма в стране закреплена Законом Туркменистана «О Туризме», принятом 24 ноября 1995 года.

Юго-Западный Туркменистан – это обширный регион, граничащий на юге с Ираном, на западе омываемый Каспийским морем, на севере примыкающий к Кара-Кумам, а на востоке он отделён условной границе проходящей по посёлку Нохур. Горная система Копетдаг, входящая в этот регион и занимающая большую его часть, относится к системе Туркмено-Хорасанских гор, расположенных большей частью в Иране. Горные хребты Западного Копетдага протянулись с юго-востока, где они собраны в единый узел Центрального Копетдага, на северо-запад, расходясь веером и открывая внутренние долины влажному западному дрейфу циклонов. Здесь предгорья постепенно переходят в протяжённую глинистую равнину, переходящую в Прикаспийскую низменность.

В настоящее время территория Западного Копетдага, единая в природном, историческом и культурном отношении, разделена административными границами между пятью этрапами (районами) двух велаятов (областей). Центральным и наиболее заселённым является Махтумкулинский этрап (бывший Кара-Калинский район). Численность населения здесь уже на протяжении многих десятилетий держится на уровне не многим более 20 тыс. человек [Туркменистан, 2000].

В этническом отношении в регионе проживают в основном представители трёх туркменских племён: восточные, самые возвышенные территории, заселены нохурли; долины рек Сумбара и Чандыра, где возможно садоводство и земледелие, заняты гёкленами; на всех остальных землях, где возможно только скотоводство, расселены в основном ёмуды.

Западный Копетдаг обладает весьма ограниченными ресурсами поливных вод и земель, пригодных для растениеводства. Приёмы ведения местными жителями сельского хозяйства традиционны и носят экстенсивный характер. Имеющийся водно-земельный потенциал в настоящее время практически исчерпан. Для региона характерен высокий уровень безработицы. Всё избыточное население, особенно молодёжь, постоянно выезжает за пределы этрапа, в основном в развитые промышленные центры.

Одно из направлений, которое может повысить благосостояние местных жителей и района в целом, это развитие индустрии туризма.

Географическое положение Западного Копетдага благоприятно для развития туризма. Этот обширный регион непосредственно примыкает к основным транспортным артериям страны, что делает его доступным для тысяч посетителей из основных городов и промышленных центров Туркменистана. После завершения строительства современной автострады на отрезке

Ашхабад – Сердар, преодолеть 300 км пути от столицы до Махтумкули станет возможно за три с небольшим часа.

Некоторые неудобства возникают у туристов лишь в связи с необходимостью оформления документов для въезда в пределы пограничной зоны, протянувшейся вдоль границы с Ираном.

В пределах Западного Копетдага субтропический климат, наиболее благоприятный для человека, характерен только для долин рек Чендыр, а также среднего и нижнего течения Сумбара. Мягкая погода в период с декабря по февраль, с частыми оттепелями, делают эти территории привлекательными для гостей и туристов даже в зимние месяцы. На остальных землях Западного Копетдага погодные условия зимой более континентальны, что исключает здесь развитие массового туризма в это время года. Важно также учитывать, что нередкие зимой снегопады, гололёд и туманы, делают горные перевалы непроходимыми, могут нарушать графики туристических поездок и маршрутов [Природа Западного Копетдага, 1982].

Период комфортной погоды, благоприятной для осуществления туристических путешествий, суммарно составляет около пяти месяцев в году, с марта до середины мая и с середины сентября по ноябрь. Весна привлекательна буйством природы, но характеризуется неустойчивой погодой. Осень, напротив, отличается стабильностью погодных условий. Преобладают тихие, ясные, нежаркие дни. Сочетание благоприятной погоды с обилием фруктов делает осенний период наиболее привлекательным для посещения региона [Арнагельдыев, Костюковский, Таджов, 1991].

Период жары продолжается на Западном Копетдаге в течении четырёх месяцев с середины мая до середины сентября. В отличие от большинства других регионов Туркменистана, для Западного Копетдага характерны летние осадки, которые нередко сопровождаются катастрофическими паводками. В целом, летние месяцы, как почти всюду в Туркменистане, наименее пригодны для продолжительных экскурсий [Арнагельдыев, Костюковский, Таджов, 1991; Научно-прикладной справочник по климату СССР, 1989].

Живописные водопады и горные речки функционируют только в зимне-весенний период. Зимние засухи последних лет негативно отразились на состоянии большинства горных родников. Даже реки Сумбар и Чендыр в последние годы пересыхают почти на всём своём протяжении.

Важно отметить наличие сероводородных термальных источников, издавна известных своими целебными свойствами. Наиболее известен и активно посещается источник Пархай. Его воды по бальнеологическим свойствам подобны Арчманским [Арнагельдыев, Костюковский, Таджов, 1991].

Горные страны всегда очень привлекательны для отдыха и Западный Копетдаг не является исключением. Сочетание особенностей геологического строения, тектоники и специфических для аридной зоны геоморфологических процессов создали неповторимый облик опустыненных мелкогорий Западного Копетдага. Хорошо известны в стране «лунные горы» в окрестностях пос. Махтумкули, массив Боядаг вблизи Кумдага, останцы Акоба и многие другие.

Для северных и восточных частей Западного Копетдага характерны среднегорья, высота которых колеблется в пределах 1000–2000 м н.у.м. Многочисленны ущелья-каньоны, заросшие древесно-кустарниковой растительностью. Весной пейзаж оживляется ручьями и водопадами [Природа Западного Копетдага, 1982; Растительность и животный мир Западного Копетдага, 1985].

Речные долины Сумбара и Чендыра в своей восточной части, полностью освоены человеком и заняты сельскохозяйственными угодьями. В нижней части, к западу, они безлюдны. Здесь частично сохранились тугайная растительность. Русла рек протекают в глубоких каньонах, хорошо развиты псевдокарстовые явления.

Долины, обращённые в сторону Каспийского моря, улавливают влагу воздушных масс, идущих с запада. В уютных горных долинах, где формируется мягкий субтропический климат, наблюдается самое высокое для Туркменистана богатство растительного мира. На относительно небольшой территории Западного Копетдага обитает 2/3 видов растений и почти все виды

позвоночных животных, встречающихся в Туркменистане. Важно отметить, что этот регион рассматривается как один из мировых центров возникновения культурных растений. Здесь сохраняются богатейшие естественные ресурсы предков культурных злаков и бобовых, винограда, плодовых и орехоплодных [Научно-прикладной справочник по климату СССР, 1989; Растительность и животный мир Западного Копетдага, 1985].

Высокое разнообразие растений и животных, в том числе эндемиков, и возможность «познакомиться» с ними в естественной среде обитания, является важной составляющей, для развития в регионе экотуризма. Это поможет решению актуальных задач по скорейшему восстановлению угасающих популяций редких и ценных видов животных и растений, ослабленных в последние годы неумеренной охотой и выпасом скота.

При этом безусловным достоинством Западного Копетдага служит экологическая чистота окружающей среды, поскольку здесь отсутствуют какие-либо крупные производства. Важно отметить, что Западный Копетдаг не имеет перспектив для интенсивного промышленного освоения вследствие скудности минеральных сырьевых ресурсов, а также значительных объёмов подземных вод.

Очевидно, в обозримом будущем этот край сохранит свою прежнюю ориентацию в качестве сельскохозяйственного района, при этом основной объём производимой продукции также будет идти на удовлетворение собственных потребностей.

Субтропический климат позволяет возделывать здесь такие культуры, как гранат, инжир, многие сорта миндаля, абрикос, груш, яблок, винограда и др. Махтумкулинский этрап славится также сборами многих ценных дикоросов: грецкого ореха, ежевики, барбариса и других. Богатый ассортимент фруктов-ягодной продукции привлекает гостей со второй половины лета до окончания осени [Растительность и животный мир Западного Копетдага, 1985].

Для гор Копетдага, сложенного осадочными породами мелового периода, характерно изобилие окаменевших остатков морских ежей, двустворчатых моллюсков, аммонитов и многих других обитателей древних морей, которые можно встретить повсюду. Знакомство с ними позволяет совершить путешествие во времени на сотню миллионов лет назад, когда на месте Копетдагских гор плескались тёплые воды древнего моря Тетис.

В долине Гяурли, на крайнем западе региона, у подножия одной из останцовых гряд, в 70-е годы XX века было описано уникальное местонахождение отпечатков следов древних животных. На пластах известняка здесь обнаружены многочисленные следы верблюдов, газелей, гепардов, разнообразных птиц, обитавших на берегу древнего Акчагыльского моря более двух миллионов лет назад. Гяурлинскому местонахождению отпечатков следов древних животных придан статус Памятника природы Республиканского значения [Бляхер, 1985].

Единство геологической и палеогеографической истории региона обусловило неповторимое физико-географическое своеобразие этой части Прикаспия. В историко-культурном отношении эта территория также едина и является частью более обширной исторической области, продолжающейся в северном Иране и охватывающей земли, прилегающие к юго-восточному берегу Каспия. В прошлые, более влажные эпохи, эта область была густо заселена и являлась неотъемлемой частью древней Гиркании, а позднее – средневекового Дахистана.

Махтумкулинский этрап – родина целой плеяды классиков туркменской литературы: Азади, Махтумкули, Зелили. Местные жители сохраняют присущие им национальные особенности быта. Здесь бережно поддерживают традиции народной музыки, песни, танца. Из ремёсел наиболее развито ковроделие.

Необходимо отметить исключительную доброжелательность и гостеприимство местного населения. Это обстоятельство очень важное, поскольку именно на участии местных жителей и должна строиться вся сфера оказания услуг гостям и туристам [Арнагельдыев, Костюковский, Таджов, 1991].

Важно отметить, что Западный Копетдаг обладает большим невоскрытым потенциалом археологической информации. При этом Туркменистан одна из немногих стран чья внешняя и внутренняя политика обеспечивает необходимые условия для проведения длительных археологических исследований.

Благоприятные природные условия горной страны, обрамляющей Каспий с юго-востока, обусловили исключительно раннее заселение этой области человеком. Первые из известных здесь следов пребывания человека каменного века археологи датируют возрастом в 100 и более тысяч лет до нашей эры. Весь регион Западного Копетдага изобилует свидетельствами процветания здесь древних культур [Археология СССР, 1984].

Археологическое изучение региона практически только началось. Углублённое исследование лишь нескольких некрополей в окрестностях Махтумкули, осуществлённых известным Российским археологом доктором исторических наук И.Н. Хлопиным в 70–80-е гг., уже привели к сенсационным открытиям, позволившим утверждать о существовании в долине Сумбара древнейшей развитой цивилизации в эпоху поздней бронзы (начиная с конца V тыс. до н.э.). Углублённый анализ различных источников позволили этому автору прийти к заключению о том, что в регионе Западного Копетдага уже в доисторические времена существовал один из самостоятельных центров формирования производящего хозяйства. Ещё в 1989 году И.Н. Хлопин писал, что этот регион «сможет стать одним из известнейших археологических заповедников: это прародина древних иранцев, откуда они впоследствии, под давлением объективных законов общественного развития, распространились не только по Евразийскому материка, но и по сути дела по всему миру. Если со временем там будут обнаружены погребения древних иранских царей Пишдадидов, этот район Юго-Западного Туркменистана может стать местом всеобщего интереса и поклонения». При этом он предупреждал, что «колоссальный наплыв народа, который разве что можно будет сравнить с паломничеством к египетским пирамидам или в Помпеи, вытопчет до основания тихий и малонаселённый регион». Поэтому И.Н. Хлопин указывал на то, что прежде чем включать эти территории «в культурную орбиту человечества, надо тщательно продумать систему жёстких охранных мероприятий, не подчинённых сиюминутному интересу». В своих выступлениях и публикациях он призывал объявить регион Западного Копетдага «памятником всемирного природного, культурного и археологического наследия человечества», достойного включения его в списки объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО [Хлопин, 2002].

После обретения Туркменистаном самостоятельности в обществе стал возрождаться интерес к религиозным ценностям. Как следствие, количество людей посещающих места отправления культовых обрядов и религиозного поклонения, «святые места», стало резко возрастать. Многие из заброшенных прежде «святых мест» восстанавливаются и активно посещаются паломниками. Самым популярным в Махтумкулинском этрапе и на Западном Копетдаге является Святое место Шиблибаба, расположенное у подножия горы Сюнт. В 90-х годах туда проложили хорошую дорогу, подвели электричество и природный газ. Ежегодно Шиблибаба посещают тысячи паломников, причём количество их из года в год возрастает.

Компактность территории Западного Копетдага, чёткая ограниченность от окружающих её пустынных равнин, а также целостность природно-территориальных и историко-культурных комплексов создают необходимые предпосылки для организации здесь особой формы единого рекреационного хозяйства в виде так называемого «рекреационного парка», охватывающего весь регион Западного Копетдага. В его задачи должны входить осуществление координации и управления рекреационной индустрией всей обширной территорией, выполнение охранных и изыскательских функций, а также осуществление долгосрочного планирования развития туризма в регионе [Дроздов, 1999; Забелина, Аралова, 1990]. Идея создания Национального парка на Западном Копетдаге впервые была выдвинута первым директором Сюнт-Хасардагского заповедника Н.Б. Андреевым ещё в начале 80-х гг. прошлого столетия [Бляхер, 1985].

По инициативе Программы Развития ООН ещё в 2003 году правительство Туркменистана приняло решение о создании на базе Сьунт-Хасардагского государственного заповедника Национального Парка «Западный Копетдаг». Это своевременное решение уже в ближайшее время обещает быть реализованным на практике [Туркменистан, 2000]. И в случае качественного исполнения, приведёт ко многим положительным сдвигам в социально-экономической, природоохранной и научной сферах. Разумеется, что тоже очень важно, массовый туризм сделает регион более открытым, установятся новые деловые контакты как с внутренними, так и с зарубежными партнёрами.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Арнагельдыев А., Костюковский В.И., Таджов А. Туризм и отдых в пустынях Туркменистана. – Ашхабад : РИПО Туркменистан, 1991.
- Археология СССР. Палеолит СССР. – М. : Наука, 1984. – 391 с.
- Бляхер М.А. Национальный парк «Западный Копетдаг» // газ. Знамя труда 19 и 20. XI. 1981.
- Бляхер М.А. Национальный парк и заповедник: пути интеграции при региональном подходе // проблемы освоения пустынь, 1985. №4.
- Дроздов А.В. Как развивать туризм в национальных парках России : методические рекомендации. – М. : Эколого-просветительский центр «Заповедник», 1999.
- Забелина Н.М., Аралова Н.С. В национальный парк. – М. : Физкультура и спорт, 1990. – 192 с.
- Научно-прикладной справочник по климату СССР. Сер. 3. Многолетние данные. Части 1–6. – Л. : Гидрометеиздат, 1989. Вып. 30: Туркменская ССР. – 502 с.
- Природа Западного Копетдага / отв. ред. Н.Т. Нечаева. Ашхабад : Ылым, 1982. – 232 с.
- Растительность и животный мир Западного Копетдага / отв. ред. Н.Т. Нечаева. – Ашхабад : Ылым, 1985. – 280 с.
- Туркменистан: отчёт о человеческом развитии-2000. – Ашхабад : Туркменмиллихасабат, 2000.
- Хлопин И.Н. Юго-Западная Туркмения в эпоху поздней бронзы. – Л. : Наука, 1983. – 242 с.
- Хлопин И.Н. Энеолит Юго-Западного Туркменистана. – СПб. : Европейский дом, 1997. – 301 с., ил. (Труды ЮТАКЭ, т. XX).
- Хлопин И.Н. Эпоха бронзы Юго-Западного Туркменистана. – СПб. : Петербургское Востоковедение, 2002. – 375 с. ил. (Труды ЮТАКЭ, т. XXI).

УДК 330

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАЗВИТИИ УСЛУГИ ГОСТЕПРИИМСТВА

И.В. Куксова

В данной статье рассмотрены инновационные технологии в развитии услуг гостеприимства.

Ключевые слова: инновации, развитие, гостеприимство.

В гостиничном бизнесе высокие объемы продаж напрямую зависят от качества обслуживания и достигаются за счет слаженной работы всего коллектива и создания на гостиничном предприятии эффективной корпоративной культуры. Так же с этим связан процесс формирования положительного имиджа гостиничного предприятия. Но эти механизмы воздействуют на повышение объемов продаж скорее опосредованно, так как в первую очередь направлены на удовлетворение клиента, уже совершившего покупку. В гостиничном бизнесе обязательно должны существовать и меры прямого воздействия на результативность продаж [Куксова, Дашина, 2013].

Индустрия гостеприимства исторически сформировалась и выросла из сектора средств размещения, представленного различными типами гостиничных предприятий. В классическом понимании гостиница – это дом с меблированными комнатами для приезжающих. В современных условиях гостиница – это предприятие, предназначенное для гостиничного обслуживания граждан, а также индивидуальных туристов и организованных групп. Современное гостиничное предприятие предоставляет потребителям не только услуги проживания и питания, но и широкий спектр услуг транспорта, связи, развлечений, экскурсионное обслуживание, медицинские, спортивные услуги, услуги салонов красоты и пр. Фактически гостиничные предприятия в структуре индустрии туризма и гостеприимства выполняют ключевые функции, так как формируют и предлагают потребителям комплексный гостиничный продукт, в формировании и продвижении которого принимают участие все секторы и элементы индустрии туризма и гостеприимства. Исходя из этого, правомерно выделить гостиничную индустрию или гостиничный бизнес как крупнейшую комплексную составляющую индустрии туризма и гостеприимства и рассматривать ее самостоятельно, в значительной степени отождествляя с единой индустрией туризма и гостеприимства [Бородина, 2009, Буторова, 2009].

Индустрия туризма и гостеприимства – неотъемлемая часть обширнейшей сферы услуг, которая является одним из важнейших и динамично развивающихся секторов современной мировой экономики.

В развитых странах доля услуг в валовом внутреннем продукте достигает 70%. Российские и зарубежные исследователи, изучая место сферы обслуживания в развитии мирового хозяйства, предлагают различные экономические модели. Однако большинство считают, что экономическая деятельность человека начиналась с сельского хозяйства и далее через индустриализацию двигалась в сторону экономики обслуживания [Кулибанова, 2007].

Индустрия туризма и гостеприимства охватывает разные группы организаций, образуя сложный многокомпонентный комплекс, где важнейшую роль выполняет гостиничный бизнес, широкий и разнообразный характер которого позволяет объединить воедино все элементы и секторы индустрии туризма и гостеприимства.

В настоящее время растет заинтересованность в развитии индустрии гостеприимства как на международном, так и национальном и региональном уровнях, так как туризм и гостиничный бизнес являются катализатором развития всех секторов экономики.

Существенно положительные социально-экономические воздействия индустрии гостеприимства на национальном и региональном уровнях [Песоцкая, 2009]:

- новые рабочие места, созданные благодаря туризму и гостиничному бизнесу;
- мультипликативный эффект;
- вклад в государственные и региональные доходы.

Социокультурные выгоды:

- повышение жизненного уровня населения;
- сохранение культурного наследия;
- содействие созданию и поддержке музеев, сохранению и финансированию культурно-исторических памятников;
- усиление чувства гордости населения за свою культуру и самобытность;
- обеспечение возможностей для межкультурных обменов.

Таким образом, индустрия туризма и гостеприимства является одной из важнейших частей обширного рынка услуг, и представляет собой быстрорастущую и высокодоходную индустрию, способную прямо и косвенно влиять на формирование условий устойчивого социально-экономического роста мирового и национального хозяйства.

Услуга вообще и гостиничная услуга в частности принципиально отличаются от товара. Понимание сути этого отличия крайне важно при выявлении объективных показателей качества услуг, а также необходимо для формирования эффективных систем продвижения услуг.

К особенностям ресторанно-гостиничных услуг относятся:

- одновременность процессов производства и потребления;
- невозможность хранения;
- срочный характер;
- широкое участие персонала в производственном процессе;
- сезонный характер спроса;
- взаимозависимость ресторанно-гостиничных услуг и цели путешествия (поездки).

Специфика гостиничной услуги определяется особенностями и технологиями обслуживания гостей. Технологический процесс оказания гостиничной услуги включает в себя:

- встречу гостя при входе в гостиницу;
- регистрацию, оформление документов и размещение гостя;
- обслуживание в номере;
- обслуживание при предоставлении услуг питания;
- удовлетворение культурных запросов, спортивное, оздоровительное и фитнес-обслуживание;
- оформление выезда, проводы при отъезде.

Все перечисленные элементы не оставляют гостю ничего материального или реально осязаемого, однако именно они формируют либо чувство удовлетворенности, либо чувство досады от бесполезно потерянного времени и денег.

Процессы производства и потребления гостиничной услуги протекают одновременно с момента въезда в гостиницу и до момента выезда, в течение всего гостиничного цикла гость воспринимает услугу как результат деятельности персонала гостиницы. Гостиничная услуга производится и потребляется в одном месте – месте обслуживания, а потребитель сам становится частью системы распределения. Гость вступает в контакт с обслуживающим персоналом в ресторане, у стойки портье, в номере, следовательно, гостиничное предприятие должно обеспечивать успешное контактирование персонала с клиентом. Вместе с тем гость обязан соблюдать правила проживания и следовать принятым нормам поведения в общественных местах.

Важной особенностью гостиничной услуги является невозможность ее хранения и накопления. Также невозможно превышать естественную вместимость номерного фонда при приеме заявок и заселении, в то время как незаселенные номера и места объективно приводят к потере койко-мест. Таким образом, гостиничная услуга – это организованное взаимодействие гостя и персонала гостиницы, непрерывно воздействующее на гостя в течение всей своей длительности. Этот продукт существует только в течение пребывания гостя, и в это время постоянно идет диалог между гостем и гостиницей, его невозможно запрограммировать или создать некий стандарт или алгоритм обслуживания. Следовательно, гостиничная услуга в каждом конкретном случае носит индивидуальный характер. Все отмеченные особенности определяют специфику маркетинга услуг [Туристские фирмы и гостиницы, 2010].

Неосвязаемость гостиничной услуги характеризуется тем, что ее практически невозможно изучить и оценить до получения. В ряде случаев это вызывает большие сложности в продвижении гостиничной услуги, в частности средств размещения, однако, используя современные компьютерные технологии, потребитель может «посетить» виртуальный отель и выбрать необходимый ему номер, вид из окна, необходимую обстановку. Но такие технологии используют только крупные гостиницы или туристские агентства, в большинстве случаев заранее крайне сложно продемонстрировать гостиничный продукт.

Неразрывная взаимосвязь производства и потребления определяет, что многие виды гостиничных услуг неотделимы от тех, кто их предоставляет. Так, услуги по личному обслуживанию в гостинице неотделимы от квалифицированной работы службы портье, а обслуживание в ресторане зависит от мастерства поваров и качества работы официантов. Фактически человек, производящий услугу, становится ее частью и неотделим от нее, поэтому необходим грамотный менеджмент персонала. Гостиница может быть наполнена самыми современными техниче-

скими средствами, иметь престижную обстановку и располагать самой современной материальной базой, но этого все равно будет недостаточно, так как основным мыслящим и чувствующим «элементом» обслуживания являются люди.

Неизбежным следствием неразрывности производства и потребления является изменчивость исполнения услуги. Качество услуги зависит от того, где, кто и когда ее предоставляет. Очень часто бывает, что в одинаковых по категории обслуживания гостиницах сервис разный: в одной гостинице номера убирают строго по стандарту, регулярно меняют белью и пополняют туалетные принадлежности, в другой это делают только после напоминаний и жалоб клиентов. На изменчивость гостиничных услуг влияют группы факторов:

- организация работы с кадровым составом гостиницы;
- индивидуальные особенности потребителей услуг, требующих персонального подхода и всестороннего систематического изучения клиента.

Политика организации в области качества услуг должна быть направлена на удовлетворение требований потребителя; обеспечение выполнения профессиональных туристских стандартов и соблюдение этики; непрерывное повышение качества услуги; учет требований общества и защиты окружающей среды; эффективность предоставления услуги.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Куксова И.В., Дашина А.Г. Характеристика инструментов коммуникативного маркетинга в гостиничном бизнесе // «Экономика. Инновации. Управление качеством». – Воронеж : ВГУИТ, 2013. – №1(2). – С. 12–16.

Бородина В.В. Ресторанно-гостиничный бизнес [Текст] / В.В. Бородина. – М., 2009. – 234 с.

Буторова, Н.В. Менеджмент и маркетинг иностранного туризма [Текст] / Н.В. Буторова. – М., 2009. – 222 с.

Кулибанова, В.В. Маркетинг: сервисная деятельность [Текст] / В.В. Кулибанова. – СПб., 2007. – 130 с.

Песоцкая, Е.В. Маркетинг услуг [Текст] / Е.В. Песоцкая. – СПб., 2009. – 166 с.

Туристские фирмы и гостиницы: нормативное регулирование деятельности [Текст] : сборник. – М., 2010. – 257 с.

УДК 338.48:796ю51(517)

О ВОЗМОЖНОСТЯХ И РЕСУРСАХ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В АЙМАКЕ ХОВД (Монголия)

Б.Ч. Мунхбаяр

Рассмотрена история развития туризма в Ховдском аймаке Монголии, участие правительства страны и органов власти аймака в организации и поддержке программы развития туризма

Ключевые слова: историко-культурный туризм, исследования, кадры, иностранные туристы, внутренние туристы

Наша страна уже перешла в систему рыночной экономики. В нынешнее время, когда дальние страны и континенты все более сближаются и становятся тесно связанными друг с другом, необходимым является разумно использовать местный потенциал и реализовать задачи по интенсивному развитию области экспортного направления. В связи с этим, будет увеличиваться значение области туризма. Для этого важно исследовать и установить условия и резервы развития туризма беречь, наиболее рационально использовать и эффективно организовать туризм.

Наше правительство уделяет большое внимание на развитие туризма и принимает многие меры, например, оказывает поддержки в создании благоприятного правового условия, в улучшении менеджментной структуры 2003, 2004 годы объявило годом «посещения Монголии», обращает внимание на подготовку профессиональных кадров. В сельских местностях эта работа не достигает определенных результатов из-за того, что мало проводятся научные исследования в данной области и недостаточно научнообоснованных исследований, методологии.

В Монголии опубликований немало трудов ученых, исследователей, посвященных вопросам по развитию туризма в нашей стране. Можем назвать ученых, исследователей как О. Намнандоржа, Ж. Октябрь, Э. Гурэмжав, Н. Жамсансурэне, Ш. Шагдара, Т. Доржа и других. Среди них ученые, исследователи как Г. Нямдаваа, Б. Мунхдалай, Б. Баярхуу, Б. Бямбадорж, Э. Амаржаргал, Э. Наранхуу, А. Атай и многие другие посвятили свои труды вопросам по развитию туризма в Западной Монголии. Можем назвать некоторые их труды. Также отметим, что на туристической карте с масштабом 1 : 700.000 отмечены расположения историко-культурных памятников [Цэрэнбат, Булганбаяр, Ариунжаргал, Мунхбаяр, 2008] , находящихся на территории Ховдского и Завханского аймаков. Данная работа выполняет значительную роль в исследовании и пропагандской работе нашего региона.

Однако опубликованы многие труды исследователей, посвященные туризму Западной Монголии, в которые исследователи, учащиеся могут познакомиться лишь с рекомендациями, советами, предложениями о возможности для развития туризма региона.

Так и в данной статье мы постарались изложить о возможностях и ресурсах для успешного развития историко-культурного туризма в нашем аймаке, опираясь на проведенные учеными археологические исследования, рассматривая применяемые в последние годы меры и накопленные нами источники исследования.

Всем известно, что у людей, которые долго живут в больших городах и работают с большей нагрузкой, состояние здоровья улучшается и повышается работоспособность после путешествия по пейзажным местам и отдыха в санаториях. Рыночное отношение требует большой способности и потенциала от каждого, среда больших городов и высокотехническая промышленность природят людей к депрессии. Исходя с этого туризм, отдых, уход за здоровьем стали одной из потребностей здоровой жизни человека.

Сегодня очень мало возможностей получить информацию о современном состоянии туризма в Ховдском аймаке и археологические памятники, обнаруженные в последние годы, не вошли в туристические маршруты. Нами проведено исследование среди 142 туристов, приехавших из США, Франции, Англии, Японии и Германии. Результаты показали, что их больше интересует история и культура кочевников (85.5%), их быт, обычаи и традиции (98.7%) [Баярхуу, 2006]. Вышеназванные причины и результат данного исследования привели к возможности написать данную статью.

Прежде всего хотим кратко изложить о современном состоянии туризма нашей страны и нашего аймака, о применяемых мерах. Для успешного развития историко-культурного туризма в нашем аймаке главным считается особенность современного правового состояния области туризма, меры и задачи, применяемые правительством страны и опыт других регионов нашей страны.

Просторная бескрайняя территория Центральной Азии, в том числе нашей страны является колыбелью, где создвалась и охранилась до наших дней совокупность традиции кочевой цивилизации. В этих местах наши предки оставили нам богатое наследие, великоленные памятники и сохранили до нас прекрасный первозданный вид природы.

Основной для развития туризма в Монголии являются просторная беспредельно продолжающаяся территория, нетронутая степь, Гоби, пустыни, хребты, реки и моря, еще сохраняющие свой первозданный вид, замечательная природа, уклад и культура традиционной кочевой жизни [Баярхуу, 2006].

С 1990 х годов наша страна стала придерживаться многоостороннюю внешнюю политику, установила открытые отношения со многими странами мира и это обусловило интенсивное развитие туризма в нашей стране.

В «Закон о туризме», утвержденный в 2000 году, в 2001, 2003, 2005, 2006 годах были внесены дополнительные изменения и узаконивали необходимые для развития данной области координации. В них. Благодаря из внесенным изменениям уточнены определение туристической организации, её права и обязанности, классификация, разряд гостиницы, отражено какие поддержки оказывать со стороны правительства, указано об организованности туризма, обязанности административных учреждений, об отношении туристов и учреждений обслуживания, контроль над деятельностью туризма, ответственности для нарушителей закона. Также установлены «Правило об установлении разряда и классификации гида-экскурсовода», «Правило о расчете расхода и дохода туристов», «Правило о скоплении капиталов в туристическом фонде, о его расходовании и контроле над ним», «Правило о выдаче прав туристическим учреждениям, организующим групповой туризм для туристов КНР в Монголии» [Нямдаваа, Мунхдалай, 2004]. Таким образом создается благоприятное правовое условие для развитие туризма в нашей стране. Благодаря тому, что соответствующие учреждения стали следовать ниженазванным стандартам и это сыграет значительную роль в интенсивном развитии туризма в нашей стране и способствует приблизить качество обслуживания к мировому эталону.

В правительственной программе были отражены определенные задачи о реализации генерального плана туризма, межобластной регулировании, о совершенствовании менеджмента, о развитии инфраструктуры туризма в Уланбаторе, Хархорине, в аймаках Южная гоби и Хубсугул, приблизить качество туристического обслуживания к мировому эталону.

В последние годы представители нашей страны стали принимать активное участие в туристических выставках-ярмарках, организованных в КНР, Нидерландах, Сингапуре, Японии, Тайване, России и ежегодно организуются туристические выставки- ярмарки в нашей стране.

Подписан межправительственный договор о сотрудничестве в области туризма с правительством России, Корейской Народной Республики и сегодня в Японии, Германии, Австрии, Израиле, Непале, Швеции действует учреждение представителей.

С целью обеспечить данную область профессиональными кадрами и подготовить их совместно с Германским обществом техники и сотрудничества, с Программой Тасис Европейского сообщества организовали семинары по туризму. В 2001 году в 17 вузах подготовили специалистов по туризму, в 2004 году их число увеличивалось до 40. В связи с этим была разработана «Программа высшего образования туризма» и наша страна вступила в члены Профессионального общества мирового туризма.

Для того, чтобы реализовать проекты, отраженные в генеральном национальном плане туризма, в 2001–2004 годах были осуществлены проекты «Улица туристов», «Парк кочевой цивилизации» под капиталовложением государственного бюджета (под поддержкой государства).

В следствии совместного распоряжения Министра инфраструктуры и Мэра города Уланбатора был разработан генеральный план по развитию туризма в близнаходящихся районах Уланбатора и организуются работы по его осуществлению. С целью развивать туристическую инфраструктуру в Уланбаторе, Хархорине, в аймаках Южная Гоби и Хувсугул в направлениях УБ-Тэрэлж, УБ-Мурен, УБ-Хархорин, УБ-Даланзадгад были отремонтированы трассы, построено 35 километровое шоссе при поддержке Турецкого правительства, соединяющее Хархорин и комплекс почитания Турецкого политического деятеля Культегина. По решению правительства закончен ремонт санатория Хужирт и местные административные учреждения оказали поддержку создать центры обслуживания, построить места для временного размещения для туристов вдоль дороги. В 2001 году благодаря внутреннему капиталовложению частных компаний в 2001 году вошло в эксплуатацию 28 турбаз, в 2003 – 44 турбазы и места для временного размещения.

В результате этой деятельности к концу 1999 года было зарегистрировано 195 кооперативов, занимающихся туризмом, на территории 15 аймаков действует 63 турбазы, 72 гостиницы. По данным октября 2003 года зарегистрировано 420 кооперативов и действует 130 турбаз на 5500 койк, 253 гостиницы на 8000 койк. Из них 61 гостиница удовлетворяет международному требованию (стандарту), имеют разряд 1, 2, 3, 4 звезд, 54 турбаз с разрядом 1, 2 цветов.

Благодаря дополнительному изменению, внесенному в «Закон о налоге прибавочной стоимости», туристические учреждения были освобождены от налога прибавочной стоимости за обслуживание, которое оказывает иностранным туристам. Это является большой поддержкой, которую оказывает наше правительство туристическим учреждениям в улучшении их финансового положения и капиталовложения. В результате применения этих мер в 2002 г. величина внешнего капиталовложения увеличивалась в 3, раза, достигла 764 тыс. долларов, которая в 1999 г. составляла 231 тыс. долларов.

С целью облегчить визовое обслуживание для иностранных туристов были внесены изменения в «Правило о выдаче визы Монголии»: на международном пограничном пункте выдать визу за одноразовое посещение, визу группового туризма выдать на имя главы сопровождающим обслуживать согласно списку. В данное правило внесена дополнительная глава «величина визового взноса» где указаны условия освобождения с взносов, оказать льготы. Также в эпоху интенсивного развития туризма с связи необходимостью расширить информации о данной области начали издавать журнал «Информации о туризме» Министерство транспорта и туризма совместно с учреждением (службой) туризма.

В результате данных мер, в 2002 г. нашу страну посетил 198057 туристов, доход данной области достиг 130.1 млн долларов, если сравнить с состоянием 1999 года доход увеличивался на 43.6% или в 4.6 раза. Таким образом доход области туризма в 2002 год стал занимать 9.8% в отечественной валовой продукции [Тоигзт весіог ргойіе. 2002]. По прогнозу 2006 года доход данной области достиг 245 млн дол, в 2005 году приезжали в Монголию 33872 зарубежных туристов, в 2006 – 385989, что показывает их число увеличивалось на 14% по сравнению с предыдущим годом [Зам тээвэр аялші жуулчлалын яам..., 2007].

В месте с развитием инотуризма активно развивается внутренний туризм-стабильной стало деятельность санаторий, мест для отдыха, детских летних лагерей. Были утверждены туристические маршруты западного, восточного, центрального регионов пригородского, путешествия, также маршруты для туризма местного назначения (маршрут «Активное движение и здоровье» для пешеходного туризма, «Дорого молитвы» – религиозного, «Хубсугул» – для природного туризма. Одна из первых туристических компаний «Жуулчин» организует туры монгольских туристов в Японию, «Будда тур» – в Тибет.

В следствии того, что Великий хурал и наше правительство принимали различные меры для развития туризма, для туристических организаций создавалось благоприятно условие успешно просвести свою деятельность и 2003 год был объявлен «Годом посвящения Монголии» или «Годом туризма». В этом году был организован Национальный комитет, который осуществил определенные работы в разных направлениях: пропаганда, развитие инфраструктуры, сотрудничество и др.

Страшная инфекционная болезнь 8АК5 привела туристические организации не только нашей страны, но и многих других стран мира, к большим трудностям. И правительство нашей страны переобъявило 2004 год «Годом посвящения Монголии» [Нямдаваа, Мунхдалай, 2004] и, опираясь на успехи прошлого года планировало и осуществило многие работы.

В последние годы значительно возрастает число инотуристов и зарубежных стран интересующих посетить нашу страну. Председатель Великого хурала Киргизстана прибыл в нашу страну и подписал договор об организации путешествия на лошадях до Киргизстана в 2012 г., которое посвящается 850 -летнему юбилею Чингисхана. Также представители из Калмыцкой республики предложили сотрудничать в создании туристического комплекса Калмыка и в производстве

сувениров, которое посвящается 450-летию вхождения в состав России. С 14 по 20 октября 2008 года был организован «День открытой двери» Министерством природы и туризма и в заповеднике горы Богдхан состоялась «Эко экскурсия», во время которой демонстрировали о развитии туризма Президент Монголии принял участие в данной экскурсии. В тот день была организована научно-исследовательская конференция, которая состоялась из некоторых секционных заседаний. В обсужденных докладах были затронуты многие важные проблемы о развитии зимнего туризма, о профессиональном кадре данной области и т.п. Компания «Жуулчин» (Турист) имеющая 49-летнюю свою историю, организует туры в Японию, и многие другие туркомпании организуют туры внутренних туристов в Ута Гумбен и другие места. Это приводит к росту интереса к туризму наших граждан.

Те меры, которые принимаются в стране в области туризма, оказывают значительное влияние на развитие туризма в нашем аймаке.

Руководитель Ховдского аймака уделяет не мало внимания на развитие туризма и считают, что важным для развития туризма являются исторические памятники данной местности, особо охраняемые территории, природные пейзажные места.

В программу Мэра были внесены определенные задачи и хуралом гражданских представителей была утверждена «Подпрограмма о развитии экотуризма в Ховдском аймаке», «Правило о выдаче лицензии для организации туризма».

В последние годы для создания благоприятных условий принятия иностранных туристов и с целью открытия нового аэронаправления УБ-Ховд-Урумчи и принятия самолетов из зарубежных стран, Аэропортом аймака уже проведены значительные работы. Например: была расширена площадь автостоянки, оборудована площадь для ночных посадок, установлено оборудование для проверки ручного багажа и груза пассажиров, для выявления взрывчатых веществ и создан Совет по аэро безопасности граждан, также была осуществлена подготовка специалистов. В центре аймака установлена станция ВИСАТ, объем АТС увеличился и по всему аймаку действует мобильная связь Мобиком, Скайтель, Юнитель, О МоBiI. Это помогает каждому иностранному туристу связаться с людьми, находящимися в разных уголках мира.

В тех местах, где имеется вышеназванная мобильная связь, также есть условия для пользования интернетом. С целью улучшить межместностное транспортное условие между приграничными районами в сфере постройки «Дороги тысячелетия» перевал Хашаат и Бураат отремонтирован и построены мосты через реки Хонгио, Шураг, построено 45-км-ая асфальтированная дорога между Булганом и Ярантом, также соединяющая сомоны Булган и Уенч [2009–2012 онд хэрэгжүүлхээр боловсруулж буй Ховд...,2008]. Компанией «ЭМ СИ ПИ СИ» осуществлена международная технико-экологическая оценка асфальтированного шоссе в горизонтальном направлении «Тэмээн хузуу – Ховд (300 км)», «Баян-Улгий – Хашаат (100 км)». Также началась работа над осуществлением международной технико-экологической оценки 95 км асфальтированной трассы в направлении «Хашаат – Ховд».

Для того, чтобы привлекать туристов, демонстрировать о туризме, улучшить качество обслуживания, организуются многие работы: обновлять и обогащать экспонаты краеведческого музея, устанавливать оборудование для прослушивания звуки животных, организовать фестиваль «Золотое наследие», в котором принимают участие представители разных национальностей, организовать путешествие молодежи на лошадях. Из вышеназванных мероприятий самым значительным считается фестиваль «Золотое наследие» – выступления художественных самодельцев разных национальностей и «Эпосы Алтая» – надом (фестиваль) горлового пения. В 2007 этот надом был организован в марте, в нем приняли участие более 100 исследователей и исполнителей горлового пения из Германии, США, Японии, Автономной республики Внутренней Монголии КНР, сказители из Баян-Улгийского, Увсунурского аймаков. В связи с затмением солнца 1 августа 2008 года состоялся фестиваль «Золотое наследие» с целью привлечения иностранных туристов. В нем участвовали представители из Калмыка, Тувинской республики, Алтайской

республики России, что повысило значение данного мероприятия. Некоторые из этих представителей были награждены знаменем Передового культурного деятеля Монголии. Во время этого мероприятия был затронут вопрос о строительстве нового здания для музея.

Туристическими учреждениями, действующими на территории аймака, был составлен план работы и утвержден Мэром аймака и согласно распоряжению мэра сомонов и приказу директора туристических компаний гиды, экскурсоводы, служащие, переводчики работают согласно договорам [Нямдаваа, Мунхдалай, 2004].

По отчёту специалистов нашего аймака, ответственного за вопросы туризма, в аймаке 17 хозяйственных единиц занимается туризмом, принимает, размещает туристов, и обслуживает их. В течение года было обслужено 1876 иностранных туристов и 17205 внутренних путешественников.

Был составлен общий маршрут для аймочного туризма, в 2007 г. кооперация «Лес охота» основала турбазу «Постоялый двор», также были введены в эксплуатацию 2 центра обслуживания, гостиница «Цамбагарав» на 50 мест.

Местные административные учреждения оказывали поддержку в строительстве турбаз, решали отраженные в «Программе по развитию туризма» проблемы, а также организовали семинары среди заведующих турорганизациями.

В сфере программы «Одно село – одна продукция» была организована ярмарка «Ховд и сотрудничество 2007», в которой приняло участие 134 хозяйственные единицы (кооперативы) из 17 сомонов, на ней было выставлено изделий и продукции на 56,4 млн тугриков.

Администрация организации комплекса природного ландшафта озера Хар-ус в котловине озера открыла Эко – юрту, где принимает туристов и знакомит их с красотой природы. Также была размещена в интернете информация для туристов, посещающих Ховдский аймак. Наше правительство обратило внимание на повышение зарплаты работников турбаз и обеспечило их необходимыми оборудованием (таким, как прибор ОР5 для определения месторасположения и мотоциклами). При поддержке Швейцарской организации в сомоне Чандмань некоторые граждане основали содружество и стали обслуживать туристов в санатории.

Кооперация «Ховд, лес и охота» построила сауну и имеет лесную зону, площадь которой составляет 40 гектаров, также там введена в эксплуатацию гостиница на 20 мест, ресторан на 40 мест, было принято 100 иностранных туристов, 485 внутренних. Так сегодня в Ховдском аймаке 22 организации занимаются туризмом [Ховд аймгийн аялал жуулчлал., 2007]. Ведущей из них является компания «Ховд Сафари» – она принимает за год в среднем 20–25 охотников, 40–50 туристов, «Ховд тур» принимает 20–30 охотников, примерно 100 туристов. В нашем аймаке действуют гостиницы «Буянт», «Ховд», «Мянган угалз», «Оргал» на 140–200 мест. В последние годы введены в эксплуатацию гостиница на 140–200 мест, ресторан на 40–150 мест, сауна.

В 2007 году в Уланбаторе были подготовлены специалисты: гиды, гиды – экскурсоводы, им были выданы сертификаты. В Ховдском государственном университете, в 2002–2003 учебном году было открыто отделение японского языка – [Баярхуу, 2010], и планируется открытия отделения истории туризма. Студенты отделения японского языка, под руководством своих преподавателей создали web-сайт. В мастер-плане университета до 2015 года была отражена работа по созданию турбазы при университете [Ховд их сургуулийн мастер тулувлугуу, 2008]. Преподаватели-исследователи кафедры истории Ховдского университета совместно исследователями преподавателями Алтайского госуниверситета г. Барнаула (Россия) провели археологическую разведку на территории аймака и отреставрировали обнаруженные погребения, это стало одним из основных объектов привлечения иностранных и внутренних туристов [Тишкин, 2009].

**Маршрут для развития историко-культурного туризма
в аймаке Ховд (Монголия)**

№	Маршрут путешествия, время, расстояние (км)	Историко-культурные памятники
1	2	3
1	Цамбагарав – Хох Сэрх 5–7 суток 320 км	<p>Город Ховд – наскальные рисунки горы Баатархайрхан</p> <p align="center">Памятники Бугат узуура (каменные бабы, курганы)</p> <p>Таван толгой, Хошоотын зааг (каменные бабы, курганы)</p> <p>Заповедник хребта Хох сэрх</p> <p>Дом отдыха Баянбулаг (оленные камни, каменные бабы, курганы)</p> <p>Ботгон хузуу, Улаан худаг (Чемерчек курган (2500–1800 в. до н.э.), оленные камни, каменные бабы, курганы)</p> <p>Сурт (Поминальники, каменные бабы)</p> <p>Знакомства с обычаем, бытом казахов Ховдского аймака (Центра Ховд сомон), каменные бабы находящиеся в Дунд ус</p> <p>Цагаан бургас (комплекс почитания с каменными памятниками, каменные бабы)</p> <p>Река Шураг, минеральный источник Наранбулаг</p> <p>Хотгор хаг (тюркского поминальник)</p> <p>Жин чулуу, Ургэдэг чулуу</p> <p>Река Хонгио, река Хавцал (каменные бабы в Хух хаде, комплекс почитания тюркской эпохи)</p> <p>Гора Цамгарав, Пещера Галба, Пещера Нухт, Остаток мественничого леса, Черные скале горы Цамбагарав, Хос ундэр (наскальные рисунки бронзовой и железной эпохи, курганы)</p> <p>Наскальные рисунки Их хага, Курганы, называемый Харз Тувшин Галдан бошгот хана</p> <p>Курганы у реки Улиастай, каменные бабы, поминальник тюркской эпохи</p> <p>Природный ландшафт ущелья Шижигт, родник, рыболовства, курганы</p> <p>Ундэр дов, начало каналы (русла) Сартагтай, каменные бабы Ацын аре</p> <p>Сомон Эрдэнэбурен, музей, оленные камни около Хар ус, овоо Галдан бошгота, памятник чекист Гомбу, Священное сооружение (вященная пирамида), знакомство с обычаем, бытом улеты.</p> <p>Курганы у гор Южный и Северный Улаан, каменный памятник, знакомство с прорывом скал перевала Булжин русло Сартагтай</p> <p>Река Ховд, рыболовство, Улаан харгана фундамент старого городища Ховда, Торх улаан. Самая высокая каменная изваяния Центральной Азии.</p> <p>Курган в Шуутийн тохой, поминальники, наскальные рисунки город Ховд.</p>
2	Чандмань – Дарви 5 суток 607 км	<p>Южная часть озера Хар – ус "Олон булаг"</p> <p>Плотина эпохи Чингис хана "русло Сартагтая"</p> <p>Минеральный источник у горы Жаргалант</p> <p>Южная берег озера Хар ус</p> <p>Камень Ургэст ээж или Уйгарская каменная баба, кладбище Овоот</p> <p>Улаан ширээ</p> <p>Река Баянхайрхан</p>

1	2	3
		Сомон Чандмань, знакомство с искусством горлового пения Таг, природные ландшафты
3	Алтан Хухий – Чоно харайх 5–6 суток 300 км	Наскальные рисунки палеолитской эпохи горы Чандмань хар узуур Сомон Буянт Река Ховд, петроглифы, река Улиастай Чацаргант, фундамент храма Их арал Сомон Мянгад, знакомство с обычаем, бытом мянгатом. Гора Халзан бургэдтэй Гора Алтан хухий, место рождения борца сумо Д. Батбаяр Песчаный изгаб Заг Сомон Дурген, знакомство с обычаем, бытом дурбетов. Острова Агваш озера Хар ус Гора Алаг Ущелье реки Чоно харайх Священное сооружение Чандмань, Цагаан булан сомона Мянгад
4	Байтаг богд – река Булган 7–9 суток 1200 км	Ховд – южная берег озера Хар – ус Пещера Хойт Сэнхэр, Наскальные рисунки Бага баавай, Нухзн утег, Цахир хонд, кладбище первобытного общества в впадине Тахилт. Сомон Манхан, знакомство с обычаем, бытом захчинцев, Наскальные рисунки палеолитской эпохи горы Ишгэн толгой Перевал Тавт, оление камни Комплекс оленных камней Баянзурхе Каменные бабы в устье Цагдуултай Комплекс – памятник Хужирта, оление камни Ущелье Бодонч, Скала Тэмээ, Сэнжит цохио, Скала Нохой, Маань чулуу, Комплекс – памятник Олон индэрта, фундамент школы Алтайского сомона устье Боом, Новый центр Алтайского сомона, Тюркские надпись ущелья Ямаан ус, петроглифы Центр Алтайского сомона, Памятник трём богатырям Холмык колодца Луудай Памятник патриотам, равнина Елхон, Хар суулт, дикие лошади (куланы) Плотина для обороны, построенная во время, пограничная дорога, уголь Олон булаг Река Будуун харгайт, памятника колмике Баатар, каменные бабы в Цэхэр, Тюркские тамго, могила патриотов, река Улиастай, Байтагкая археологическая культура (1600–1300 в. до н.э.), курганы, наскальные рисунки Гора Гурван хуухэд, овоо Дашванжил, центр сомона Булган, знакомство с обычаем, бытом торгудцев, хошудцов, казахов Кладбище чемерчек на задней стороне горы Буурал хар, кладбище на холмыке Алаг толгой, наскальные рисунки, равнина Баян Онгог, развалины Баян мод, наскальные рисунки Гаалиан бичигт хад, наскальные рисунки, курган, теплый минеральный источник, каменные бабы на устье Адууч, обыичии похоронов современных казахов, монастырь Уенча, оленные камни Чацарганта, Кладбище чемерчекского археологическая культура (2500–1800 в. до н.э.) Хагшаала Сомон Уенч, музей, монастырь Дашванжил овоо Харуул, скалы Могой, ущелье Уенч, колмик Арслан, минеральный источник Улаан эрэг, знаки печати пастбища Харгайт – Баянзурх – г. Ховд.

1	2	3
5	Мөнххайрхан-озера Долоо 7 суток 650 км	Курган гови Хар, каменные бабы нижней гоби Улаан, сомон Мунххайрхан Природный ландшафт озера Долоо, историко-культурные памятники. Скала Мэлхий, место интересным природным состоянием (рельефом) Водопад озера Хух, природный ландшафт, каменные бабы, курганы Знакомство с обычаем, бытом урианхайцев Вершина "Таван хумст" вечноледовитой горы Мунххайрхан

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

2009–2012 онд хэрэгжүүлхээр боловсруулж буй Ховд аймгийн засаг даргын үйл ажиллагааны хотолборийн тусул. Ховдын амьдрал сонин. 2008. – №27/39/

Атай А. Алтай соёны бус нутгийг хамгаалахад аялал жуулчлалын уурэг (The role ecotourizm in Altai Sayan ecoconserasion) (Роль экотуризм в сохранении Алтае-Саянского эко-региона). Монгол орны экотуризм хөгжил үндэсний зовлогооний эмхэтгэл (Proceeding of the national worcshop on Mongolian ecotourizm development). – УБ., 2002. – С. 31–32.

Амаржаргал Э. Краткие сведения о природно-исторических памятниках Ховдского аймака Монголии // Эколого-географические, археологические и социэтнографические исследования в Южной Сибири и Западной Монголии. – Барнаул, 2006. – С. 4–7.

Амаржаргал Э., Наранхүү Э. Баруун гурван аймгийн нутаг дахь туух, соёлын дурсгалт зарим онцлог газрууд // Алтай соёны бус нутгийн экосистем, ард түмний туух, соёлын зарим асуудал. – УБ., 2007. – С. 51–56.

Баярхүү Б. Об итогах анкетирования, проведенного среди туристов // Природные условия, история и культура западной монголии и сопредельных регионов : тез. докл. V Междунар. конф. – Томск : ТГУ, 2001. – С. 222.

Баярхүү Б. Рекреационная оценка ландшафтов Западной Монголии для туризма (на примере Ховдского аймака) : автореф. дис. ... канд. геогр наук. – Томск, 2004. – 22 с.

Баярхүү Б. Центры экологические туризм и экологические туристические маршруты в Ховдском аймаке // Эколого-географические, археологические и социэтнографические исследования в Южной Сибири и Западной Монголии. – Барнаул, 2006. – С. 7–17.

Баярхүү Б. Туристическое обслуживание Ховдского аймака Монголии // Эколого-географические, археологические и социэтнографические исследования в Южной Сибири и Западной Монголии. – Барнаул, 2006. – С. 17–24.

Баярхүү Б. Природные рекреационные ресурсы Ховдского Аймака // Алтай соёны бус нутгийн экосистем, ард түмний туух, соёлын зарим асуудал. – УБ., 2007. – С. 169–174.

Баярхүү Б., Батчимэг Б., Должмаа Д. Степень привлекательности заказника озера Хар-ус для отдыха и туризма // День Земли : тез. докл. Междунар. конф. мол. ученых. – Томск, 2000. – С. 18–19.

Баярхүү Б., Бямбадорж Б. Аялал жуулчлалд газар зүйн мэдээллийн системийг ашигласан нь // Алтай соёны бус нутгийн экосистем, ард түмний туух, соёлын зарим асуудал. – УБ., 2007. – С. 165–168.

Гүрэмжав Э., Дорж Т. Аялал жуулчлалын маркетингийн менежмент. – УБ., 2002.

Гүрэмжав Э., Жамсансүрэн Н. Аялал жуулчлалын маркетинг. – УБ., 1999.

Зам тэвэр аялал жуулчлалын яам. Аялал жуулчлалын мэдээ (Информации о туризме). №2. – УБ., 2007. – 12 с.

Зам тэвэр аялал жуулчлалын яам. Аялал жуулчлалын газар. Аялал жуулчлалын статистик мэдээллийн эмхэтгэл. №2. – УБ., 2007. – 28 с.

Екеев Н.В. Сохранение культурного наследия народов Алтайского региона // Туухийн товчоон. Том III, Разс 10. – С. 121–131.

Мунхбаяр Ч. Буянт (Баруун монгол) голын сав дахь археологийн дурсгалуудын цогцолбор судалгаа тусул Буянт голын савд хоёр чемерчек булш малтан шинжилжээ. Ховдын мэдээ сонин, 2009.

Намнандорж О. Жуулчдын замнал үзэх зүйлсийн тайлбар (Туристические маршруты и объяснения объектов). – УБ., 1978. – 110 с.

Наранхүү Э. Каменные статуарные произведения тюркского времени как важная составляющая для развития туризма в Западной Монголии (На примере Баян-Улгийского аймака) : тез. док. Культуры и на-

роды Северной Азии и сопредельных территорий в контексте междисциплинарного изучения: к 125-летию музея археологии и этнографии Сибири им. В.М. Флоринского. – Томск : ТГУ, 2008. – С. 361–363.

Нямдаваа Г., Мөнхдалай Б. Ховд аймагт аялал жуулчлал хөгжүүлэх онцлог. – УБ., 2004. – 154 с.

Нямдаваа Г., Сувдчимэг Ю. Особенности природных условий и ресурсов для развития туризма в Ховдском аймаке // Природные условия, история и культура западной монголии и сопредельных регионов : тез. докл. IV Междунар. конф. – Томск : ТГУ, 1999. – С. 59.

Октябрь Ж. Олон улсын аялал жуулчлал. – УБ., 1998.

Шагдар Ш. Монгол орноор жуулчлах зуун зам (Сто маршрутов по Монголии). – УБ., 228 с.

Цэрэнбат Э., Булганбаяр Б., Ариунжаргал Г., Мунхбаяр Ч. Ховд аймгийн аялал жуулчлалын газрын зураг (Туристическую карту Ховдского аймака). – УБ., 2007.

Цэрэнбат Э., Ариунжаргал Г., и др. Завхан аймгийн аялал жуулчлалын газрын зураг (Туристическую карту Завханского аймака). – УБ., 2008.

Тишкин А.А. Практический опыт музеефикации археологических объектов на территории Алтая и Монголии // Проблемы сохранения, использования и охраны культурного и природного наследия при реализации проектов и программ развития Сибири и Дальнего Востока. – Томск : Изд-во Том. ун-та, 2009. (в печати.)

Тишкин А.А., Дашковский П.К. Историко-культурное наследие Алтая: древности Краснощековского района. Вып 2. 2008. – 16 с.

Tourism sector profile. 2002-9.

Ховд аймгийн 2007 онд аялал жуулчлалын чиглэлээр хийсэн ажлын тайлан. Ховд., 2007.

Ховд аймгийн аялал жуулчлал, амралт сувилалын газрын судалгаа. Ховд., 2007.

Ховд их сургуулийн мастер тулувлугуу. Ховд., 2007.

УДК 796.51

ЗАДАЧИ И ОРГАНИЗАЦИЯ МОНИТОРИНГА ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

О.В. Отто

В статье приведены понятия мониторинга и туристской индустрии, рассматриваются задачи и проблемы, возникающие при организации мониторинга туристской индустрии

Ключевые слова: мониторинг, туристская индустрия, информация

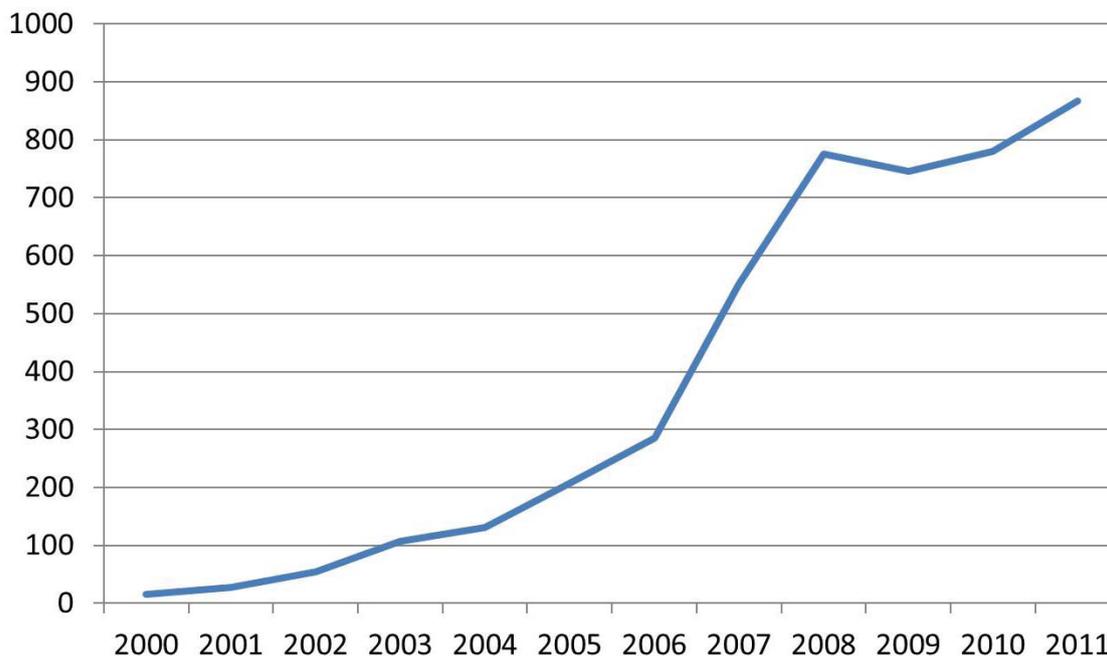
Современный этап развития общества характеризуется резким возрастанием роли и значения информации в развитии отдельных секторов экономики. Наличие объективной и своевременной информации о процессах, происходящих в различных отраслях и сферах жизнедеятельности, является необходимым условием организации эффективного управления развитием.

В Алтайском крае наблюдается стремительный рост туристской деятельности. Объем платных туристских услуг, оказанных населению, увеличился в 56 раз с 15,5 в 2000 г. до 868 млн руб. в 2011 г. (см. рис.). Удельный вес туристских, санаторно-оздоровительных и гостиничных услуг вырос до 5% всех платных услуг населению [Социально-экономическое положение Алтайского края].

Стремительный рост данного сектора экономики ставит перед органами власти и управления следующие вопросы, требующие решения:

- организация сбора информации ввиду огромного количества показателей, характеризующих развитие туристской индустрии;
- объективная оценка происходящих изменений;

- своевременная разработка регулирующих воздействий, направленных на поддержку позитивных и ослабление негативных тенденций.



Объем туристских услуг населению с учетом объемов неформальной экономики, млн руб.
(составлено по данным [Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики])

Решение этих проблем может обеспечить организация системы мониторинга развития туристской индустрии.

Как дефиниция термин «мониторинг» трактуется по-разному в зависимости от его сути, механизмов осуществления, отличительных особенностей и свойств, и чаще всего отождествляется с проведением определенных наблюдений. Возникновение термина относится к 70-м гг. прошлого столетия и связано с необходимостью создания специальной информационной системы в области охраны природной среды. Авторство принадлежит члену комиссии Научного комитета по проблемам окружающей среды американскому ученому Р. Манну [Израэль, 1979]. Но значение термина оказалось таким универсальным, что распространилось практически на все сферы деятельности.

Экономический словарь дает следующее определение: «Мониторинг – непрерывное наблюдение за экономическими объектами, анализ их деятельности как составная часть управления» [Райзберг, 1999]. Академиком А. Никоновым отмечается, что под мониторингом понимается совокупность приемов по отслеживанию, анализу, оценке и прогнозированию социально-экономических процессов, связанных с реформами, а также сбор, обработка информации и подготовка рекомендаций по развитию реформы. Позже Е. Антосенков и О. Петров дают определение мониторинга, как оперативного сбора данных о сложных явлениях и процессах, описываемых достаточно небольшим количеством ключевых, особо важных показателей с целью оперативной диагностики состояния объекта исследования в динамике [Шишкин].

Таким образом, мониторинг туристской индустрии можно определить как систему наблюдения, оценки, прогноза состояния и развития туристской индустрии, а также выработку рекомендаций по принятию рациональных управленческих решений.

Главная цель проведения мониторинга туристской индустрии состоит в обеспечении органов государственного и муниципального управления полной, достоверной и своевременной информацией о процессах, протекающих в этой сфере деятельности.

Основными задачами являются:

- 1) организация наблюдения. Получение достоверной и объективной информации о состоянии туристской индустрии и протекающих в этой сфере социально-экономических процессов;
- 2) оценка и системный анализ получаемой информации, выявление причин, вызывающих тот или иной характер протекания экономических процессов;
- 3) обеспечение в установленном порядке органов управления, предприятий, учреждений и организаций независимо от их подчиненности и форм собственности, граждан информацией, полученной при осуществлении социально-экономического мониторинга;
- 4) разработка прогнозов развития социально-экономической ситуации;
- 5) подготовка рекомендаций, направленных на преодоление негативных и поддержку позитивных тенденций, доведение их до сведения соответствующих органов управления и власти.

Одной из важнейших проблем при организации мониторинга является размытость понятия туристской индустрии. Актуальность определения четкой позиции по этому вопросу заключается в том, что в зависимости от полноты и ясности определения границ системы индустрии туризма, выявления структурных компонентов, входящих в нее, главных и вспомогательных отраслей, производящих рекреационные услуги, можно установить и прогнозировать закономерности развития этой системы, и как следствие этого рассчитать реальный экономический эффект от этой отрасли экономики и ее влияния на развитие определенной территории.

Федеральный закон от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» трактует туристскую индустрию как «совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов, гидов-переводчиков и инструкторов-проводников» [Федеральный закон от 24 ноября 1996 года].

В работах В.И. Азара и В.А. Квартальнова туристская индустрия (индустрия туризма) определяется как «...экономическая система, состоящая из комплекса отраслей и подразделений, функции которых заключаются в удовлетворении разнообразного и усложняющегося спроса на различные виды отдыха и развлечений» [Азар, 1972; Квартальнов, 1998].

Разнообразие спроса приводит к тому, что туристские услуги оказывают все большее количество организаций и индивидуальных предпринимателей, не относящихся напрямую к туризму. К сожалению, значительная часть их деятельности оказывается за границами статистического учета. Вследствие этого, первоочередной задачей создания системы мониторинга является определение объектов и показателей, отражающих их состояние и развитие, а также определение источников информации. Базовым каналом поступления информации, безусловно, является информация государственной статистики. Практическая реализация этой задачи наталкивается на отсутствие в Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности (ОКВЭД) группировок видов деятельности собирательной отрасли «туризм», поэтому необходимо использовать дополнительные, но от этого не менее значимые, каналы поступления информации, к которым могут быть отнесены:

- Информация, полученная в результате целевого анкетирования субъектов рынка, и поквартальное обновление данных о них.
- Информация, полученная в результате проведения аналитической работы на базе:
 - СМИ и справочно-информационных изданий;
 - интернет-сайтов;
 - рекламно-информационных материалов и т.д.
- Выставки (участие в них и сотрудничество с фирмами-организаторами).
- Информация, исходящая от самих предприятий – буклеты, сайты и т.д.
- Предоставление информации профессиональными ассоциациями.

Информационный фонд социально-экономического мониторинга должен представлять собой систематизированные многолетние данные о темпах и уровнях развития туристической индустрии, нормативно-справочные материалы, сведенные в статистические регистры и базы данных.

Организация процесса мониторинга требует также определить:

- 1) основные направления мониторинга (въездной, выездной туризм, доходы туристической индустрии и т.д.);
- 2) систему инструментов – перечень показателей мониторинга, периодичность их сбора и источники информации;
- 3) организационно-экономический механизм реализации мониторинга в регионе.

Таким образом, мониторинг является закономерным этапом управления развитием туристической индустрии и его осуществление позволит обеспечить сбалансированное развитие этой сферы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Азар, В.И. Экономика и организация туризма / В.И. Азар. – М. : Экономика, 1972. – 184 с.
- Израэль, Ю.А. Экология и контроль состояния природной среды / Ю.А. Израэль. – Л. : Гидрометеоиздат, 1979. – 376 с.
- Квартальнов, В.А. Туризм и практика: избранные труды : в 5-ти т. – М. : Финансы и статистика, 1998.
- Социально-экономическое положение Алтайского края, 2011 г. Стат. докл. / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю. – Барнаул, 2012. – С. 65.
- Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь. 2-е изд., испр. / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 479 с.
- Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ak.gks.ru/>.
- Федеральный закон от 24 ноября 1996 года №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rg.ru/1996/12/03/osnovy-turizma-dok.html>.
- Шишкин А. Сущность, задачи и принципы мониторинга [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://aspe.spb.ru/Workshop/Shishkin.pdf>.

УДК 902:796.51(571.151)

ИСТОРИКО-АРХЕОЛОГИЧЕСКИЙ ПАРК «ПЕРЕКРЕСТОК МИРОВ» НА МЕЖДУНАРОДНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ВЫСТАВКАХ «ИНТУРМАРКЕТ»

А.Г. Редькин, К.Ю. Кирюшин

В статье рассмотрены особенности подготовки стендов, посвященных историко-археологическому парку «Перекресток миров», и опыт участия Алтайского государственного университета на международных выставках «Интурмаркет»

Ключевые слова: «Интурмаркет», историко-археологический парк, особо-экономическая зона туристско-рекреационного типа, реконструкция, стенд

Одним из важных способов продвижения регионального туристского продукта на глобальном, национальных и региональных туристских рынках выступают туристские выставки, в первую очередь – международные. Наиболее крупной и значимой в России считается международная туристская выставка «Интурмаркет», проходящая ежегодно (с 2007 года) в последней декаде марта на площадке выставочного центра «Крокус – Экспо» в Москве. Все эти годы (за исключе-

нием 2009 года) Алтайский государственный университет (АлтГУ) принимал участие в выставке с инновационным туристским продуктом – историко-археологическим парком «Перекресток миров», позиционировавшимся на территории особой экономической зоны туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ) «Бирюзовая Катунь».

Целью создания историко-археологического парка стала популяризация, актуализация и интеграция в сферу туризма историко-культурного наследия Алтая. Именно наиболее полному раскрытию этой цели соответствует и название проекта – «Перекресток миров». В научной литературе Алтай рассматривается как регион, лежащий на стыке различных физико-географических и историко-культурных зон, территорией современного взаимодействия таких стран, как Россия, Китай, Монголия, Казахстан. Долина реки Катунь традиционно считается связующим звеном, «коридором», по которому осуществлялось продвижение элементов материальной и духовной культуры, а также носителей этих традиций. Позиционирование парка как «Перекресток миров», на котором происходили (и происходят) контакты между различными группами населения Центральной Азии от эпохи камня до современности, позволяет привлекать широкий круг аналогий с сопредельных территорий. Само понятие «перекресток» выступает как символическое. Это место выбора пути и судьбы. Это момент встречи времени и пространства, олицетворение противоположностей – активного, пассивного и нейтрального. Перекресток определяется как переход из одного пространства в другое, граница нашего мира и потустороннего.

В 2007 г. на выставке «Интурмаркет-2007» университет участвовал самостоятельно. Стенд АлтГУ был очень скромным. С помощью ноутбука и проектора происходила презентация работ по интеграции археологического наследия ОЭЗ ТРТ «Бирюзовая Катунь» в сферу туризма.

В выставке «Интурмаркет-2008» АлтГУ впервые участвовал в составе делегации Алтайского края на стенде Алтайского края. Подготовка к выставке заняла достаточно много времени. Были изготовлены пять исторических костюмов народов Алтая в древности и средневековье (доспехи тюркского, монгольского и гуннского времени, костюм телеута и костюм шамана).

Приехав в Москву на выставку «Интурмаркет-2008», сотрудники АлтГУ оказались в непростой ситуации. Организаторы стенда Алтайского края – руководство «Алтайской ярмарки» вместо трёх мужских и двух женских манекенов предоставили для экспонирования костюмов только два женских манекена. Попытки нарядить эти манекены в женские костюмы (приготовленные костюмы шаманки и теленгитки), неожиданно встретили сопротивление организаторов выставки и руководства существовавшего тогда отдела развития туризма Главного управления экономики и инвестиций Алтайского края, которые, невзирая на историческую достоверность, настояли чтобы экспонировались доспехи. Пришлось монгольские и гуннские доспехи одевать на женские манекены. Чтобы оставшиеся костюмы не лежали без дела их стали одевать на посетителей, организаторов и участников выставки. От желающих сфотографироваться в костюмах (а тем более в компании с обворожительными «амазонками») не было отбоя. Желавшие сфотографироваться создавали очередь. Поневоле задерживаясь у стенда Алтайского края, они становились более восприимчивыми к представленной информации, активно разбирали раздаточный материал.

Участие сотрудников Алтайского государственного университета в выставке «Интурмаркет-2008» произвело определённый эффект не только на посетителей выставки, но и на администрацию Алтайского края. Для подготовки к выставке «Интурмаркет-2010» университету были выделены деньги для покупки материалов и комплектующих. В результате были приобретены три мужских манекена европеоидного типа ростом 1 метр 80 сантиметров. Художник А.В. Маркин для двух манекенов сделал пластиковые маски, и в результате европеоиды превратились в метисов, с выраженными монголоидными чертами.

Подверглись усовершенствованиям и исторические костюмы. По материалам раскопок у с. Иня (Шелаболихинский район Алтайского края) были изготовлены копии основного (на котором висел меч) и стрелкового (на котором висел колчан) поясов. В оригинале пояса

богато украшены бронзовыми накладками (более 40 видов различных типов). Были сделаны слепки с оригиналов и отлиты точные копии археологических находок.

Экспозиция АлтГУ на стенде Алтайского края была оформлена коллажем из фотографий, сделанных в 2005–2009 гг. на территории ОЭЗ ТРТ «Бирюзовая Катунь» в процессе исследования археологических объектов и создания археологического парка «Перекрёсток миров».

Выставка «Интурмаркет-2011» отличалась от предыдущих большим количеством участников, большей площадью стенда. Для подготовки к этому мероприятию было выделено финансирование (в большем объеме, чем в 2010 г.) для закупки материалов и комплектующих.

Для экспонирования материалов на сей раз, делегации АлтГУ были выделены большие площади, на которых разместились:

- Реконструкция погребения андроновской культуры (XV–XIII вв. до н.э.) грунтового могильника Фирсово-XIV.

- Копия скифской стелы из Чарыша (V–III вв. до н.э.) с антропоморфным изображением в верхней части и изображениями кабанов на боковых плоскостях стелы.

- Реконструкция вертикального ткацкого станка (действующего, на котором можно было научиться прясть).

- Реконструкция охотничьей ловушки ударного типа. Для этого на выставку была привезена ловушка, которая в 2007–2010 гг. демонстрировалась на территории археологического парка.

- Уже упоминавшийся манекен в тюркском доспехе.

- Керамические сосуды с археологических памятников Алтайского края (различных исторических эпох (от ранней бронзы XXI–XVIII вв. до н.э. до раннего железного века V–III вв. до н.э.) и различных археологических культур (елунинской, андроновской, ирменской, корчажкинской, каменской и пазырыкской).

- Сборники статей и монографии по археологии Алтая, изданные издательством АлтГУ за последние 10 лет.

Хотелось бы отдельно остановиться на одном из экспонатов. Находки с памятника «Бирюзовая Катунь-8» привели к решению выполнить реконструкцию костюма эпохи ранней бронзы. К этому подталкивало наличие манекена европеоидного облика ростом 180 см. Антропологический тип (внешний облик и черты лица) практически идеально совпадали с графическими реконструкциями лиц, по черепам выполненными К.И. Воронкиным для населения елунинской культуры по материалам могильника Телеутский взвоз [Воронкин, 2003, С. 189].

Как мы уже отмечали позиционирование археологического парка как «Перекрестка миров» позволяет привлекать широкий круг аналогий с территории Алтая и сопредельных территорий. Эта установка была реализована на практике и результаты как нам кажется, получились неплохие.

Был изготовлен кожаный доспех и кожаный головной убор, образцами для которого стали наскальные рисунки эпохи ранней бронзы из Калбак-Таша и этнографические материалы. Сделаны слепки с бронзового ножа, найденного у с. Елунина Павловского района Алтайского края [Кирюшин, 2002, С. 252–253]. Копия ножа, смотрится очень эффектно. Его навершие украшает голова солнечного коня. Рукоять геометрические узоры. Обломок рукояти аналогичного кинжала найден в Усть-Канском районе Республике Алтай около с. Усть-Мута [Кирюшин, 2002, С. 254].

Бронзовые ножи с навершием в виде голов солнечных коней – один из этнокультурных маркеров населения Алтая эпохи ранней бронзы. Яркая, уникальная находка из Елунинского грунтового могильника достойна, представлять историко-культурное наследие Алтая на туристических выставках любого уровня.

Также сделаны слепки с бронзового кельта, найденного в окрестностях г. Барнаула и с бронзового копья найденного на р. Чарыш. Предметы вооружения, отлитые из бронзы, стали украшением костюма.

Для экспонирования материалов использовался один из манекенов, закупленных в 2010 г. Рост 1 м 80 см и европеоидный антропологический тип, как нельзя лучше соответствовал археологическим находкам елунинской культуры эпохи ранней бронзы с территории Алтайского края.

Стенд АлтГУ пользовался большим вниманием у посетителей. Выявились и некоторые недочёты. В условиях выставочного зала невозможно организовать показ действующей охотничьей ловушки ударного типа. Ловушка, которая в 2007–2010 гг. демонстрировалась на территории археологического парка и вызывала интерес у посетителей, нефункциональная в условиях павильона оказалась невостребованной.

Похожая ситуация сложилась и с ткацким станком, который не пользовался повышенным спросом. На территории археологического парка «Перекрёсток миров» посетителям рассказывали и показывали, процесс изготовления ткани. Экскурсанты могли сами на нем поработать, и это вызывало интерес. Превратившись в неработающий экспонат на заднем плане, станок потерял свою привлекательность. Массовый посетитель просто не заметил экспонат.

Таким образом, путём проб и ошибок отрабатывались на практике оптимальные выставочные образцы.

Процесс подготовки к «Интурмаркету-2012» оказался скомканным. За предыдущие годы с организаторами выставки в лице «Алтайской ярмарки» выработалось определённое взаимопонимание. Организаторы понимали возможности специалистов АлтГУ и процесс подготовительных работ к «Интурмаркету-2011» проходил в конструктивном ключе. В 2012 г. появились новые организаторы в лице московской фирмы ООО «ИНКОННЕКТ» и процесс обсуждения форм участия и организации экспозиции затянулся.

В результате денежные средства, которые были выделены на подготовку к выставке, пришли на расчетные счета университета уже после окончания мероприятия. Обозначенные в договоре позиции были выполнены почти полностью, но возникло какое-то охлаждение в отношениях с краевым начальством. Претензии не были озвучены напрямую, но на уровне закулисных слухов говорили, что денег выделено много, а сделано мало.

С нашей точки зрения проделана работа, которая на первый взгляд незаметна, но очень важна и на ней хотелось бы остановиться подробно.

В процессе подготовки к выставке «ИНТУРМАРКЕТ-2012» художник А.В. Маркин изготовил манекен тюрка. Рост манекен можно варьировать от 1 м 50 см до 1 м 70 см, у него сгибаются руки и ноги. Он функционален, на него удобно одевать любые костюмы и доспехи. Манекен устойчив, что в условиях выставок очень важно. В 2010–2011 г. когда реконструкции исторических костюмов (доспехов) демонстрировались на покупных манекенах приходилось пускаться на различные хитрости: размещать манекены около стен, прислонять к различным тумбам и стойкам. В 2012 г. от этих проблем удалось избавиться. У посетителей выставки появилась возможность осмотреть исторический костюм со всех сторон, что кажется незначительным, мелочным фактом, но на самом деле играет огромную роль при организации выставочной экспозиции.

Прислонённый к стене экспонат сливается со стеной. Иногда это обстоятельство имеет значение и отвечает замыслу организаторов. Коллажи, рисунки, фотографии фона сливаются с экспонатом (манекеном) и смотрятся как единое целое. Однако когда манекен становится мобильным, это расширяет его экспозиционные возможности. Он при необходимости может стать центром экспозиции, центром притяжения. При необходимости вокруг него может разворачиваться вся остальная экспозиция. Подобная форма подачи материала наиболее сложна, но вместе с тем и наиболее выигрышна. Недостатки могут быть спрятаны в углу или у стенки, а здесь, при круговом обзоре, все недостатки выставлены на показ, они становятся темой обсуждения и критики. Это заставляет работать над ошибками и стремиться к постоянному совершенствованию, чтобы не дать поводов для критических замечаний.

Очень важный момент остался недооцененным. В процессе изготовления манекена А.В. Маркин выполнил пластическую реконструкцию по черепу из погребения тюркского вре-

мени. Голова манекена выполнена очень профессионально. Проработаны все основные промеры черепа. Соблюдены все размеры с большой точностью. В результате получился музейный выставочный экспонат, который не стыдно демонстрировать на выставках любого уровня хоть у нас в стране, хоть за рубежом. Это не абстрактная поделка, отдалённо передающая антропологический тип (метисный тип при помощи масок на предыдущих выставках), а реконструкция, передающая черты портретного сходства реального человека жившего на Алтае 1500 лет назад.

Учтены даже небольшие нюансы. У человека, похороненного в погребении тюркского времени в результате прижизненной травмы деформирована левая скуловая кость. Этот момент нашёл отражение в реконструкции.

Таким образом, выполнена хорошая работа, которая требует специальных профессиональных знаний и навыков. Подобные реконструкции требуют много времени и трудозатрат. Это не массовое и не поточное производство. Для изготовления головы и рук манекена использованы современные материалы, которые стоят недёшево. Подобные реконструкции, что называется по определению дорогие. Труд специалистов должен оплачиваться. К сожалению, похоже, что не все это понимают.

В процессе подготовки было решено задействовать оставшийся без дела манекен европеоида, купленный в 2010 г. Было решено сделать реконструкцию костюма андроновской культуры эпохи развитой бронзы (XV–XIII вв. до н.э.). Было решено пошить длинную рубаху и штаны из холста украшенные орнаментами андроновской культуры. В качестве образцов для орнаментов для украшения костюма было решено использовать материалы могильника Кытманово (Кытмановский район Алтайского края). Керамические сосуды из этого могильника богато декорированы рядами треугольников в различных сочетаниях, рядами меандров [Уманский, Кирюшин, Грушин, 2007]. Узоры с сосудов из могильника Кытманово были обработаны в компьютерной программе М. Малкиной, которая смогла перенести их на ткань. Получилась очень интересная реконструкция, возможно дискуссионная, но имеющая право на существование.

Костюм дополняют предметы наступательного вооружения (бронзовые топор и короткий меч). «Вислобушные» топоры являются очень ярким этнокультурным маркером андроновской культурно-исторической общности. Подобные изделия имеют широчайшее распространение на огромной территории от Казахстана до Минусинской котловины. В районном краеведческом музее с. Шипуново хранится прекрасный экземпляр подобного топора. Подобные изделия в андроновское время не просто имели широкое распространение, но и имеют стандартные размеры. В музее МАЭС ТГУ хранится бронзовая створка литейной формы вислобушного топора [Соловьев, 2003, С. 40], найденная на территории Западной Сибири. Применение металлических форм в производстве оружия было прогрессивным шагом не только потому, что их можно было использовать многократно. Отливки, полученные в таких формах, отличались высоким качеством. Изделия были более твердые и более прочные [Соловьев, 2003, С. 40]. Сложилась парадоксальная ситуация – оказалось, что в Барнауле на современном производстве не могут выполнить подобную отливку. Выручили коллеги из Новосибирска, которые смогли выполнить заказ.

Бронзовый вислобушной топор на длинной рукояти сморится очень эффектно.

Украшением костюма стала реконструкция бронзового кинжала с Чарыша (Кирюшин, Шульга, Грушин, 2006). Общая длина кинжала 46,8 см. Навершие кинжала выполнено в виде объемной скульптуры лошади, сделанной в реалистической манере. Несмотря на крупные размеры, кинжал очень легкий, изящный. Это достигалось за счет малой толщины клинка и рукояти. Прочность изделию придавало ребро жесткости, проходящее по центру лезвия и вертикальные ребра по краям рукояти.

При изготовлении копии кинжала пришлось довольствоваться только рисунками и фотографиями, так как оригинал кинжала оказался утерян для науки.

Процесс изготовления кинжала в каких-то моментах повторил древние технологии. Оказалось невозможным отлить его целиком. Поэтому также как в древности [Кирюшин, Шульга,

Грушин, 2006, С. 45] его отливали по частям, в два этапа. Вначале была отлита рукоять, а потом приваривалось лезвие.

Как мы уже отмечали процесс подготовки к «Интурмаркету-2012» оказался скомканным. Костюм эпохи развитой бронзы андроновской культуры оказался незаконченным. Не удалось изготовить кожаный защитный доспех и щит. Без этих атрибутов костюм явно выглядел незаконченным.

Не очень удачным оказалось размещение экспозиции на стенде Алтайского края. С одной стороны экспозиция размещалась на центральной линии, а с другой стеллаж, на котором размещались археологические находки и литература закрывал большую часть экспонатов. Экспозиция оказалась разорванной и реконструкции эпохи ранней и развитой бронзы оказались за углом и потерялись.

Все эти факторы повлияли на невысокую оценку экспозиции АлтГУ.

При подготовке к выставке «ИНТУРМАРКЕТ-2013» денежные средства АлтГУ не выделялись.

В 2012 г. на деньги, полученные после окончания выставки «ИНТУРМАРКЕТ-2012» были закуплены кожа и другие расходные материалы. Благодаря этому к выставке «ИНТУРМАРКЕТ-2013» удалось изготовить кожаный защитный доспех и щит для костюма андроновской культуры. С этими атрибутами костюм явно выглядел гораздо лучше. Его нельзя назвать законченным (необходим головной убор и бронзовые бляхи на кожаный доспех), но в целом он смотрится гораздо лучше. Два манекена, на которых экспонировались реконструкции костюмов эпохи бронзы, располагались около фотографии Денисовой пещеры, рядом с которой было реконструировано погребение андроновской культуры.

Для того чтобы закончить костюмы эпохи ранней и развитой бронзы необходимо заменить существующие головы у манекенов, на пластические реконструкции выполненные по конкретным археологическим находкам. Подобный опыт уже имеется.

При оформлении экспозиции АлтГУ на стенде Алтайского края использовалась фотография культурного объекта «куре» выявленного осенью 2012 г. Рядом с экспозицией АлтГУ (слева) разместились экспозиция Солонешного района, у которого центром экспозиции стали материалы археологических исследований в Денисовой пещере. Подобное соседство оказалось очень удачным. Экспозиции дополняли друг друга и смотрелись естественно. Справа соседями оказались г. Бийск и краеведческий музей им. Бианки, которые экспонировали мекаленты с петроглифов Алтая. В подобном окружении наши реконструкции выглядели очень органично.

Выставка «ИНТУРМАРКЕТ-2013» отличалась меньшим количеством простых посетителей по сравнению с предыдущими годами и большим количеством VIP-персон.

В последний день работы выставки стенд Алтайского края посетил председатель правительства РФ Д.А. Медведев (рис. 1 – 5). Губернатор Алтайского края А.Б. Карлин рассказал Дмитрию Анатольевичу об археологических открытиях последних лет на территории края, сказал несколько тёплых слов о работах археологов АлтГУ. Председателя правительства заинтересовали находки новосибирских археологов сделанные в Денисовой пещере (Солонешный район Алтайского края). Он выразил желание посетить этот уникальный памятник, включенный в список объектов историко-культурного наследия всемирного значения, поинтересовался его доступностью. Ответ губернатора края, о том, что от Барнаула до Денисовой пещеры 2,5 часа езды по хорошей дороге, явно понравился председателю правительства РФ.

Подобные туристические выставки способствуют созданию благоприятного имиджа Алтая. По мере своих сил и возможностей учёные АлтГУ участвовали в этих процессах. Участвуя в выставках по мере сил работали, над популяризацией историко-культурного наследия ОЭЗ ТРТ «Бирюзовая Катунь». На протяжении нескольких лет (в 2010–2012 гг.) экспонаты, изготовленные для выставок «ИНТУРМАРКЕТ» в летний сезон демонстрировались посетителям археологического парка «Перекрёсток миров».



Рис. 1. Участие АлтГУ в международных выставках «ИНТУРМАРКЕТ»

- 1 – губернатор Алтайского края А.Б. Карлин и вице губернатор М.П. Щетинин на выставке «ИНТУРМАРКЕТ-2011» осматривают экспозицию АлтГУ;
 2 – губернатор Алтайского края А.Б. Карлин на выставке «ИНТУРМАРКЕТ-2012» осматривает экспозицию АлтГУ; 3–4 – экспозиция АлтГУ на выставке «ИНТУРМАРКЕТ-2013»;
 5 – Председатель правительства РФ Д.А. Медведев на выставке «ИНТУРМАРКЕТ-2013» на стенде Алтайского края (экспозиция АлтГУ)

Подводя итоги, стоит отметить, что в период с 2008 по 2012 гг., сотрудниками кафедры рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга разработана мобильная экспозиция, которая в 2010 г. выставлялась в г. Новосибирске на выставке «СИБТУР-2010», а в 2013 г. на «Алтай-тур. АлтайКурорт». Если сотрудничество между АлтГУ и организаторами выставки будет продолжено, выставочная экспозиция будет расширяться и совершенствоваться.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Воронкин К.И. Научные и практические аспекты восстановления лица по черепу (на примере могильника эпохи ранней бронзы Телеутский Взвоз-I) Приложение II // Кирюшин Ю.Ф. Погребальный обряд населения эпохи ранней бронзы Верхнего Приобья (по материалам грунтового могильника Телеутский Взвоз-I) : монография / Ю.Ф. Кирюшин, С.П. Грушин, А.А. Тишкин. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2003. – 333 с.

Кирюшин Ю.Ф. Энеолит и ранняя бронза юга Западной Сибири : монография. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2002. – 294 с.

Уманский, Кирюшин, Грушин Погребальный обряд населения андроновской культуры Причумышья (по материалам могильника Кытманово). – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2007. – 132 с. ил.

Соловьев А.И. Оружие и доспехи. Сибирское вооружение: от каменного века до средневековья. – Новосибирск : «ИНФОЛИО-пресс», 2003. – 224 с. : ил.

Кирюшин Ю.Ф., Шульга П.И., Грушин С.П. Случайные находки бронзовых предметов в Северо-Западных предгорьях Алтая // Алтай в системе металлургических провинций бронзового века : сб. науч. трудов. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2006. – С. 45–54.

УДК 796.5

К ВОПРОСУ О РЕКРЕАЦИОННОЙ ОЦЕНКЕ ВОДОЕМОВ

А.Г. Царегородцева, А.К. Ракишева

Рассмотрены подходы предварительной оценки существующего состояния озера и уровня антропогенного воздействия на него. Обоснована необходимость разработки модели геоэкологической оценки озера, как совокупности природной и антропогенной составляющей.

Ключевые слова: рекреационная оценка, туризм, рекреационные ресурсы, рекреационно-туристский потенциал, озеро, рекреационное использование, береговая линия, удельная водообменность.

В условиях современной социально-экономической и экологической ситуации, сложившейся в Республике Казахстан, все более актуальное значение приобретает развитие сферы отдыха и туризма, ориентированной на внутренние рекреационные ресурсы. Одной из наиболее важных народнохозяйственных и социальных задач на сегодняшний день является отдых и оздоровление людей в естественной природной среде в пределах республики. В этой связи задача изучения рекреационно-туристского потенциала территории, оценка уже существующего туристского природопользования и разработка рекомендаций по оптимизации форм туристского природопользования приобретает особую актуальность [Шабельникова, 2001].

Местные рекреационные системы должны формироваться для удовлетворения потребностей населения в отдыхе вблизи мест постоянного проживания. Благоприятными для организации массовых видов кратковременного отдыха, а также продолжительного отдыха в летний период являются водоемы. Отдельные их компоненты являются ценными природными ресурсами, используемыми в промышленности и сельском хозяйстве, транспорте и рекреации [Васильев, Кукушкин, 1988]. Озера также несут такие жизненно важные для человека функции

как обеспечение продовольствием, питьевой водой и энергией, защита от наводнений. Будучи несомненной ценностью, они нуждаются в охране, рациональном использовании и правильном управлении. Однако процесс управления невозможен без предварительной оценки существующего состояния озера и уровня антропогенного воздействия на него. По этой причине необходима разработка модели геоэкологической оценки озера, как совокупности природной и антропогенной составляющей [Веденин, Мирошниченко, 1969].

Озера и их побережья являются контактной экологической зоной, где концентрируются различные виды хозяйственной, в том числе рекреационной деятельности. Понятие «озерный рекреационный фонд» включает как водную систему озера с присущими ему морфометрическими и гидрохимическими характеристиками, так и общее состояние природных элементов прибрежной зоны и водосборного бассейна, оказывающих стимулирующее либо лимитирующее влияние на его рекреационное состояние. Оценка озерного рекреационного фонда может быть отнесена к типу социальной оценки, раскрывающей влияние природно-географических характеристик его состояния на рекреационную деятельность, как особый вид жизнедеятельности населения в свободное время, направленный на восстановление здоровья и трудоспособности, развитие физического и духовного потенциала. Такой тип оценки включает в себя три аспекта:

- технологический или функциональный, при котором оценивается возможность организации одного или комплекса рекреационных занятий в данном типе природных комплексов;
- физиологический, при котором анализируется степень комфортности природной обстановки для организма человека в процессе отдыха. При этом основное внимание уделяется биоклиматическим показателям, влияющим на напряжение терморегуляторной системы человека;
- психологический, когда оценивается характер эмоционального воздействия природных комплексов на отдыхающих, то есть проводится эстетическая оценка природных комплексов, учитывающая взаимосвязи, например, эмоционального состояния и пейзажного разнообразия природно-ландшафтных комплексов [Лямешев, Щербина, 1985].

При определении характера и основных направлений рекреационного использования озера в первую очередь учитывается его величина. Основной характеристикой является площадь озера, его длина и ширина. По пространственным параметрам наиболее благоприятными для создания экологически комфортной среды отдыха являются озера с площадью от 1 до 5 км². Важной морфологической характеристикой является длина береговой линии, как потенциальная зона активного рекреационного использования, обеспечивающая доступность к акватории озера. Этот показатель может быть использован для определения экологически допустимой емкости рекреационной инфраструктуры (в озерных рекреационных системах норматив принимается в пределах 20–30 м длины береговой линии на одно место).

Конфигурация береговой линии влияет не только на эстетическое восприятие озера и прибрежных ландшафтов, но и создает предпосылки для «изолированности» участков побережий, используемых различными типами отдыхающих, способствуют формированию комфортной обстановки уединенности.

Для рекреационной оценки важны также показатели площади мелководий, как наиболее комфортной зоны для купания, и тип донных отложений. Наиболее благоприятные условия имеются на участках побережий и мелководья, где литологический состав грунта формируют песчаные фракции.

Особое влияние на характер организации купально-пляжных занятий оказывает распространение надводной растительности. При этом полоса ее распространения имеет двоякую роль. С одной стороны, надводная растительность выполняет своеобразную функцию экологического барьера, препятствуя распространению возможных загрязнений из прибрежной зоны, а также является угодьями для рыбной ловли. С другой стороны, надводная растительность формирует зону ограниченной доступности к водному зеркалу.

Большое значение для рекреационного освоения озер играет гидрологический режим, характер гидрографических связей, проточность озер, показатель удельного водосбора, который не только характеризует аккумулирующую способность озера, характер годового колебания уровня, но и является своеобразным показателем «экологического давления» на экосистему озера. Последствия негативных экологических процессов на площади водосборного бассейна через гидрологические связи и поверхностный смыв могут отрицательно влиять на гидрохимические характеристики водной массы и ухудшить возможности рекреационного использования озера. Важным показателем для рекреационной оценки выступает также удельная водообменность.

Обобщающей характеристикой, учитывающей как морфометрические, так и гидрохимические особенности озера, является его генетический тип.

На характер рекреационного освоения озер оказывает непосредственное влияние как состояние природной среды прибрежной зоны (до 500 м), так и всего водосборного бассейна. Для учета этих особенностей может быть использован показатель залесенности и заболоченности водосбора. Нежелательны как слишком высокие, так и слишком низкие показатели залесенности водосбора в связи с малым пейзажным разнообразием, закрытием панорамного обзора и т.д. Наличие заболоченных участков (до 10%) оценивается как положительный фактор, поскольку это увеличивает пейзажное и биологическое разнообразие природных комплексов, создает угоды для любительско-промысловых видов рекреационных занятий. Однако, при использовании озер в целях рекреации, также необходимо учитывать требования, предъявляемые существующими положениями к особо охраняемым природным объектам. Развитие здесь туристской инфраструктуры может происходить только при приоритетном учете природоохранных ограничений, и уровень удовлетворения потребностей рекреантов и туристов должен определяться именно этими ограничениями. Кроме того, сложившийся уровень рекреационного использования территории необходимо привести в соответствие с показателями допустимой рекреационной нагрузки, определяемыми природными условиями [Нефедова, 1973].

Стихийное развитие рекреации, без учета устойчивости ландшафтов к антропогенному воздействию постепенно приводит к потере эстетической привлекательности мест отдыха, снижению биоразнообразия территории и рекреационной дигрессии.

Традиционно хозяйственное использование территории здесь должно быть направлено на использование природных ресурсов и заключается в кратковременном сезонном отдыхе населения, любительском, эпизодически промысловом рыболовстве, использовании лесных ресурсов. Создание особо охраняемой природной территории требует регламентации хозяйственного использования озера и приозерья.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Шабельникова С.А. Оценка рекреационных ресурсов Республики Казахстан для целей развития отдыха и туризма : диссертация канд. геогр. наук. – Алматы, 2000. – 123 с.

Васильев Ю.С., Кукушкин В.А. Использование водоемов и рек в целях рекреации. – Л. : Гидрометеоиздат, 1988. – 229 с.

Веденин Ю.А., Мирошниченко Н.Н. Оценка природных условий для организации отдыха // Известия АН СССР, 1969. – №4. – С. 51–60.

Лямшев М.Я, Щербина О.А. Оптимизация рекреационной деятельности. – М. : Экономика, 1985. – 160 с.

Нефедова Б.Б. Методы рекреационной оценки территории / Б.Б. Нефедова // Вестник МГУ. Серия географическая, 1973. – №5. – С. 49–55.

УДК 796.56

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ БАЗЫ ВОДОЕМОВ БАЯНАУЛЬСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ПРИРОДНОГО ПАРКА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

А.Г. Царегородцева, А.К. Ракишева

Рассмотрены подходы предварительной оценки существующего состояния озер БГНПП, морфометрических характеристик. Дана краткая характеристика водоемов и степень туристской привлекательности, а также рассмотрены проблемы развития на данной территории туристской деятельности.

Ключевые слова: рекреационный потенциал, природные ландшафты, рекреационные ресурсы, обводненность ландшафта, морфометрические характеристики

Территория Баянаульского парка является сложной и единой природной системой со своеобразными особенностями ландшафтной организации. Кроме того, эта территория обладает значительным рекреационным потенциалом играющего значительную роль в развитии туризма, как в Павлодарской области, так и за ее пределами.

Наиболее привлекательные природные ландшафты БГНПП расположены вблизи озер. Обводненность ландшафта и водообеспеченность населения – важный рекреационный фактор. Наличие водоемов в ландшафте, как правило, повышает рекреационную ценность окружающей среды, создает предпосылки для организации как сезонных, так и круглогодичных центров отдыха, и туризма. В состав водохозяйственных ландшафтов общей площадью около 250 тыс. га входят: озера, водотоки, имеющие в основном рекреационное значение. Площадь пляжных участков составляет 6,3 га. Площадь водных поверхностей составляет 477 га [Царегородцева, Ракишева, 2013].

Великолепны три крупных, тектонического происхождения озера – Сабындыколь, Жасыбай и Торайгыр, а также еще несколько небольших озер, расположенных в степной зоне, которые в засушливое время года сильно мелеют (озеро Кочет и др.). Берега озер очень живописны, в середине многих имеются небольшие скальные острова. Питают озера находящиеся здесь в большом количестве безымянные горные ручьи, которые в период жаркого лета могут пересыхать. Кроме того, нередко встречаются горные ключи с водой прекрасных вкусовых качеств.

Самое крупное озеро – озеро Сабындыколь расположено у поселка Баянаул, в щели разделяющей вершины гор Нияз и Акбет. Общая площадь водосбора 95,9 км², площадь зеркала водной поверхности 7,4 км². Озеро в плане имеет неправильную грушевидную форму и сильно извилистую береговую линию. Берега Сабындыколя ровные и пологие вдоль всего озера. Максимальная глубина озера 9–9,5 м, преобладающая 6 м. Вода озера пресная, по составу гидрокарбонатная натриевая (табл.).

Морфометрические характеристики наиболее крупных озер БГНПП

Наименование озер	Длина, км	Ширина, м	Площадь зеркала, км ²	Средняя глубина, м	Объем воды, м ³
Сабындыколь	7,4	2,78	5,33	9,5	99012068
Жасыбай	3,7	1,60	2,98	13,9	45909138
Торайгыр	1,82	0,56	0,87	7,2	2281998

Озеро Жасыбай находится в глубокой долинообразной щели между вершинами гор Акбет, Огелен, Кикше, Атсалган, Джамбак и Кюгенбет. Площадь водосбора равна 31,2 км², площадь зеркала водной поверхности составляет 3,7 км². Чашей водоема служит межгорная тектоническая впадина с расчлененными склонами. Максимальная глубина – 14 м, преобладающие глубины – 9–10 м.

Озеро Торайгыр расположено у подножий северного склона Баянаульских гор. Общая площадь водосбора равна 12,9 км², площадь зеркала – 1,9 км². Озеро в плане имеет вид неправильного четырехугольника, вытянутого с запада на восток. В юго-западной части озера расположены два скалистых острова размером 80×250 и 30×80 м. Максимальная глубина – 11 м, преобладающая – 6 м. Вода озера слабосоленоватая [Царегородцева, Алькеев, Жакибаева, 2009].

В результате анализа природно-рекреационного потенциала БГНПП установлено, что для организации научно-исследовательских работ, создания современной зоны массового отдыха и туризма Баянаульский горно-лесной оазис отвечает всем необходимым требованиям. Здесь может быть создан туристско-рекреационный комплекс республиканского значения. В перспективе при должном сохранении здешних удивительных природных богатств, фауны и флоры, а также при развитии инфраструктуры и сервиса на уровне мировых стандартов, вполне возможно создание базы отдыха международного туризма [Царегородцева, Ракишева, 2013].

Восстанавливаемость озерных систем является важнейшим критерием их рекреационной емкости и может изменяться в зависимости от сезонов годового цикла и состояния растительного покрова в бассейне озера. В свою очередь, способность растительного покрова возвращаться после трансформации в исходное состояние определяется соотношением многолетних и однолетних видов, представителей разных экологических групп, скоростью и фазой развития сообществ [Временная методика определения..., 2007]. Антропогенное воздействие на экосистему водоемов (посещение туристов, построение дамб, загрязнение химическими веществами и т.д.) вызвало нарушение их гидрологических характеристик. В связи с этим, немаловажно представляется для специалистов, в рамках комплексной оценки туристской емкости территории парка, расчет современной рекреационной емкости озерных геосистем БГНПП [Царегородцева, Ракишева, 2013].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Царегородцева А.Г., Ракишева А.К. К вопросу рекреационных ресурсов Баянаульского государственного национального природного парка : материалы Республиканской научно-практической конференции «Современные проблемы развития туризма и географии в Республике Казахстан: настоящее и будущее», 2013. – С. 355–359.

Царегородцева А.Г., Алькеев М.М., Жакибаева Г.Б. Геоэкология БГНПП. Часть 3. – Павлодар, 2009. – 97 с.

Временная методика определения рекреационных нагрузок на природные комплексы при организации туризма, экскурсий, массового повседневного отдыха и временные нормы этих нагрузок. – М., 1987. – 34 с.

УДК 338.48

НЕКОТОРЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА ЗАПАДНОЙ МОНГОЛИИ

Б. Энхжаргал

В статье представлены характеристика инновационных технологий в сфере туристических услуг и проблемы развития туризма в Западной Монголии, некоторые возможности решений данных проблем.

Ключевые слова: туризм, туристская деятельность, туристские услуги, инновации и нововведения в туризме, инновационная система, инновационная стратегия.

Изучение опубликованных по проблеме развития туризма научных работ показывает, что вопросы разработки и внедрения нововведений в туризме данного региона исследованы недостаточно, что отрицательно сказывается на его развитии. Поэтому решение данной проблемы в туризме в настоящее время имеет особую актуальность.

Целью данной статьи является описание некоторых возможностей использования этнокультурных рекреационных туристических ресурсов данного региона, зарождения новых для данного региона видов туризма.

Сфера инноваций всеобъемлюща, она не только охватывает практическое использование научно-технических разработок и изобретений, но и включает перемены в продукте, процессах, маркетинге, организации. Инновация выступает в качестве явного фактора перемены, как результат деятельности, воплощенный в новые услуги и новые подходы к удовлетворению социальных потребностей.

Туризм – понятие, включающее в себя множество аспектов. В узком смысле это форма активного отдыха (путешествия, экскурсии, походы, спортивные мероприятия). В широком – отрасль экономики (обеспечение занятости населения, увеличение денежных поступлений, формирование туристического рынка).

Мировая практика свидетельствует, что туристская индустрия по доходности и динамичности развития уступает лишь добыче и переработке нефти и газа.

В последние десятилетия в большинстве развитых стран возрастающими темпами развивается сфера услуг, превышая рост промышленного производства. Доходы от международного туризма в 1999 г. составили 500 млрд долл., что составляет 12% мирового валового продукта. К 2020 году доходы от туризма достигнут 3 трлн долл.

Туризм как одна из важных отраслей экономики во многих государствах входит в число основных источников дохода. В 40 странах мира туризм является главным источником бюджета, а еще в 70 странах – одной из трех составных частей.

Сфера туризма влияет на развитие любого государства или города, поскольку туризм является межотраслевой сферой экономики, которая охватывает не только средства размещения, но и транспорт, связь и многое другое.

Итак, индустрия туризма способствует созданию условий для устойчивого экономического роста, повышения уровня качества жизни населения, обеспечения сбалансированного социально-экономического развития регионов и страны, роста человеческого потенциала путем увеличения новых доступных предложений туристских продуктов и услуг, увеличения занятости и доходов населения.

Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые секторы экономики, как транспорт, услуги гостиниц и ресторанов, торговля, строительство, производство товаров народного потребления и многие другие, выступая катализатором социально-экономического развития.

Туризм является сложным межотраслевым комплексом, требующим системного подхода к регулированию социально-экономического взаимодействия многих отраслей хозяйства на государственном и региональном уровнях.

Так что, во многих регионах других стран разрабатываются и реализуются государственные и региональные целевые программы в сфере туризма, включающие, как правило, финансирование следующих основных мероприятий: развитие туристской и транспортной инфраструктуры региона, информационное продвижение туризма региона, научные и статистические исследования в сфере туризма, подготовка и переподготовка кадров для сферы туризма.

Для того, чтобы туристические услуги были эффективными, необходимо оценить весь спектр показателей, относящихся к сфере услуг, учитывая исторические и местные условия развития конкретной туристской дестинации, а также провести комплексный анализ состояния туристских ресурсов.

По общей величине этнокультурного и рекреационного потенциала для эффективного и устойчивого развития туризма Западная Монголия занимает лидирующие позиции в стране. Уникальность данного региона состоит в том, что здесь есть озера, реки, горы, степи, гоби, горные и горно-лесные ландшафты и природные заповедники, включающие водопады, пещеры. Она богата лечебными природными ресурсами: запасами лечебных грязей, минеральными источниками различных видов, которые пока освоены в небольших объемах. В Западной Монголии есть и места, включенные в список Всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО. Например, озеро «Увс».

Регион Западная Монголия является одним из наиболее привлекательных, колоритных и самобытных регионов Монголии. Она притягивает к себе путешественников не только природным разнообразием, но и своей этнокультурной самобытностью, так что здесь до сих пор устойчиво популярен культурно-познавательный туризм.

Неповторимы и уникальны культура и искусство ее народов. Здесь каждый народ сохранил свои давние традиции, фольклор, народные промыслы и этнокультурный облик. Самая главная ценность Западной Монголии – его жители, их гостеприимство.

Туристские маршруты к историческим поселениям, сохранившим до сих пор объекты культурного наследия, представляют большую историческую, культурную и научную ценность и вызывают огромный интерес у туристов и отдыхающих.

Туризм как активный вид отдыха и спорта получил общее признание и стал массовым и доступным.

Управляющие органы осознают суть того, что при грамотном подходе к созданию и реализации инновации в сфере туризма может принести немалый доход и немалую пользу. Однако, можно сказать, что туризм в данном продвигается стихийно.

Основными причинами являются – низкий уровень бюджетных расходов на отрасль, отсутствие единой целевой программы, учитывающей существующий потенциал региона, недоступность для туристов многих уникальных туристских ресурсов из-за отсутствия необходимой туристской инфраструктуры, низкий уровень сервиса, отсутствие необходимой индустрии развлечений и т.д.

Туризм в Западной Монголии обладает ярко выраженной сезонностью, в основном из-за того, что в период межсезонья большинство предприятий туристической индустрии не готово в полной мере обслуживать туристов и отдыхающих и предоставлять им тот уровень комфорта и развлечений, какой можно получить за рубежом. Это в целом значительно снижает возможности использования потенциала предприятий туристической индустрии.

Поэтому необходимо достаточно хорошо оснастить турбазы, чтобы получать полную отдачу, в том числе и в будущем, от технических нововведений, которые повлияют на процессы разработки и продвижения услуг, использовать современные методы и подходы к решению проблем, которые помогут уменьшить затраты и увеличить производительность труда.

Сложившаяся в данном регионе организация рекреационного хозяйства совершенно неконкурентоспособна: слабая материально-техническая база, нуждается в новом строительстве привлекательных для туристов объектов.

Анализируя современное состояние туризма в данном регионе можно сказать, что поездки его жителей за границу также не активно как в центральном районе страны и в других странах. Всего лишь несколько турфирмы занимается выездным туризмом или является посредником зарубежных турфирм.

Преодоление этих негативных тенденций возможно путем внедрения нововведений.

Обоснование и разработка инновационных процессов в туризме тесно связаны с некоторыми факторами. На практику нового туризма влияют такие факторы, как демографические изменения (старение населения), стиль жизни, характер работы, частота и продолжительность отпусков.

Монголию можно называть страной молодежи. Молодежь стала стремиться к новым, развлекательным, приключенческим путешествиям, также нестандартному, экстремальному туризму. Их растущая осведомленность, новые потребности стимулируют туристский бизнес, побуждают к инновациям и нововведениям.

Поэтому и в Монголии и в данном регионе необходимо содействовать совершенствованию инновационных процессов, способствовать созданию новых продуктов и услуг, новых технологий управления в турбизнесе.

Перспективными могут стать и традиционные виды туризма.

Многие виды туризма в данном регионе требуют активизации: пешеходный, конный, автобусный, велосипедный.

Используя эти виды можно знакомить с природными, археологическими, культурно-историческими памятниками Западной Монголии, не только организовывать групповые автобусные путешествия зарубежных туристов по памятным местам региона, но и проводить увлекательные экскурсии молодых людей, детей и отдыхающих данного региона по озерам котловины Больших озер, по Алтайским горам, по пещерам и историческим памятникам.

Западная Монголия – страна высоких гор и красивых озер. Поэтому возможно зародить спортивное скалолазание. В горных местах можно проводить республиканские и международные соревнования по скалолазанию как мероприятие по спортивному туризму. Оно может сочетаться с элементами культурно-познавательного туризма: с праздниками традиционных национальных спортивных игр как стрельба из лука, если соревнование проводится в удобном для проведения данных игр.

В будущем возможно развивать велосипедный туризм для обладателей горных велосипедов, можно их привлекать в велосипедное путешествие по просторам высокогорных лугов, крутым спускам, зарослям, неприступным обрывам. Также развивать велотуризм в рамках автономных групп, когда организуются походы для групп из 6–7 человек с транспортным сопровождением.

Нужно также активно развивать выездной туризм. Для начала развития выездного туризма в некоторых регионах надо создать туристско-информационные центры (ТИЦ). Как правило, это либо государственные учреждения или организации в форме некоммерческого партнерства. Потом они могут стать организациями, которые финансируются за счет средств региональных бюджетов, могут быть городскими.

В зависимости от целей можно развивать следующие виды туризма: детский, молодежный, семейный, для людей пожилого возраста, для инвалидов, культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, спортивный, религиозный, экологический (зеленый), автомобильный. Хотя данные виды туризма на определенном уровне и развиваются, их развитие сдерживает отсутствие материальной базы в данном регионе.

Западная Монголия – многонациональный регион, узловое место пересечения разных этнических культур. Так что особенно важно активизировать и совершенствовать культурно-позна-

вательный туризм. Многие этнокультурные мероприятия и национальные праздники, конкурсы по искусству такие, как Праздник хоомей, Eagle festival, национальная игра – «Шагай на льду» могут стать формами организации эвент – туризма.

Таким образом благодаря своему уникальному природному и культурному потенциалу Западная Монголия имеет все основания для инновационного развития туристской отрасли.

Идея создания и реализация новых туристских услуг, даже не приносящих вначале прямой существенной прибыли, может дать толчок развитию туризма и тем самым активно способствовать созданию дополнительных рабочих мест и росту доходов населения.

При градостроительном планировании, проектировании, размещении, строительстве и реконструкции объектов туризма на территориях рекреационных зон органы исполнительной власти, владельцы объектов туризма должны предусматривать максимальную интеграцию сооружаемых объектов с местной социально-экономической, естественной и историко-культурной средой.

Дом отдыха Хар тэрмэс Увс аймака с лечебными минеральными водами раньше был одним из больших курортов страны. После того, как он стал частной собственностью, он используется в туризме, не в таком широком размахе, как, когда он был государственным.

Инновационная активность зависит от многих факторов экономического и научно-технического потенциала, государственной инновационной политики и ресурсов, духовного состояния общества. На уровне туристской индустрии инновационная активность зависит от выбора стратегии и качества управления компанией, гибкости производственных систем и технологий, степени использования ресурсов компании как внутренних, так и внешних.

Так что для формирования инновационной стратегии и дальнейшей реализации инновационных идей в сфере туризма (автоматизация, разработка программного обеспечения, разработка новых видов туризма и новых туристских маршрутов, новизна в услугах в сфере гостеприимства и т.д.) необходима целевая государственная программа, учитывающая туристический потенциал отдельных регионов.

Инновационная стратегия охватывает и регулирует развитие государства, притом стратегии инновационного развития регионов и отраслей народного хозяйства должны гармонично сочетаться с общей стратегией развития страны.

Направления освоения и развития туристических ресурсов определяются органами государственной власти, органами местного самоуправления в соответствии с программами развития туризма.

Западная Монголия, обладая большим туристическим потенциалом, является неотъемлемой составной частью туристического процесса Монголии.

Западная Монголия может стать высокоразвитым курортно-рекреационным регионом государственного и международного значения, если будет обеспечена современной инфраструктурой с эффективным, экологически чистым сельским хозяйством и другими необходимыми условиями.

Так что нужно разработать единую целевую программу, включающую основные направления развития туризма в Западной Монголии. Для того чтобы определить перспективу развития туризма в данном регионе необходимо проведение семинаров, тематических заседаний, симпозиумов, конференций, чтобы опытом делились не только представители ведущих отечественных туристических фирм, местных административных органов и других организаций, ученых, исследователей, специалистов, работников министерств и ведомств страны, но и представители таких организаций других стран.

Примером такого мероприятия является, прошедшее в 2013 г., в г.Ховд, выездное заседание Президиума Совета УМО в области сервиса и туризма. Оно стало началом активного внешнего сотрудничества Западной Монголии в данной области.

Создание и внедрение нововведений требуют объединенных усилий различных экономических и социальных сфер, инновационный путь развития невозможен без осуществления государственной поддержки. Для этого нужно прямое участие государства в реализации специальных целевых программ и создание крупных национальных центров (лабораторий), находящихся на бюджетном финансировании.

Таким образом, в регионе есть уникальная возможность создать необходимые условия для становления туризма как высокодоходной отрасли экономики, потенциал которой в республике сильно недоиспользован. Появление нового продукта на рынке туристических услуг будет способствовать разработке других, более совершенных проектов, давать возможность их финансировать. Инновации в туризме требуют больших материальных, финансовых затрат. Поэтому необходима поддержка государства.

Ключевым механизмом государственного регулирования и поддержки развития туризма являются республиканские и разработанные на их основе муниципальные целевые программы развития туризма. Успешная реализация мероприятий региональных целевых программ в рассматриваемой сфере позволит обеспечить опережающую по сравнению с другими отраслями динамику развития туризма, конкурентоспособность турпродуктов республики на внешних рынках.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Новиков В.С. Инновации в туризме : учебное пособие. – М. : Академия, 2007.
- Гершман М.А. Инновационный менеджмент : учебное пособие. – М. : Маркет ДС, 2008.
- Малахова Н.Н., Ушаков Д.С. Инновации в туризме и сервисе. – М. : ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д : Издательский центр «МарТ», 2008. – 224 с.
- Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства : учебное пособие / С.А. Севастьянова. – М. : КНОРУС, 2007. – 256 с.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Ts. Ser-Od, lecturer of Mongolian State University of Education.

Алпеева Н.Н., кандидат филологических наук, доцент кафедры рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга Алтайского государственного университета, г. Барнаул.

Аминова Л.А., студентка кафедры экономики, права и философии, Павлодарский государственный педагогический институт, г. Павлодар, респ. Казахстан.

Ананьева Татьяна Николаевна, доктор социологических наук, профессор, проректор-заместитель председателя УМО по образованию в области сервиса и туризма, ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса», г. Москва.

Анисевич Рената, доктор географических наук, Гданьского университета, г. Гданьск, Польша.

Арефьев В.Е., кандидат экономических наук, доцент кафедры рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга Алтайского государственного университета г. Барнаул.

Бабанчикова О.А., кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой туристского бизнеса Санкт-Петербургский государственный университет технологии и дизайна.

Веткина С.Н., кандидат физико-математических наук, доцент Института гостиничного бизнеса и туризма Российского университета дружбы народов, г. Москва.

Гировка Н.Н., кандидат географических наук, доцент, зав. кафедрой туризма и сервиса, Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, г. Нижний Новгород.

Глаголева Л.Э., доктор технических наук, доцент, зав. кафедрой Туризм и гостиничное дело ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный университет инженерных технологий»

Гуляев Г.А., ст. преподаватель Института гостиничного бизнеса и туризма Российского университета дружбы народов, г. Москва.

Гэндэнжав Нямдаваа, кандидат географических наук, профессор Монгольского государственного университета, г. Улан-Батор, Монголия.

Драгилева И.И., кандидат географических наук, доцент Балтийского федерального университета им. И. Канта, г. Калининград.

Егорова Н.Н., кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой. СКС и Т, Кузбасский государственный технический университет, г. Кемерово.

Есимова Д.Д., кандидат педагогических наук, доцент, зав. кафедрой географии и туризма Павлодарского государственного университета имени С. Торайгырова, г. Павлодар, респ. Казахстан.

Игнатенко М.Н., преподаватель кафедры рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга Алтайского государственного университета, г. Барнаул.

Изтелеуова Л.И., кандидат социологических наук, доктор PhD социальных наук, заведующая кафедрой «Туризм и сервис», Казахский университет экономики, финансов и международной торговли, г. Астана, респ. Казахстан.

Илюхина Галина Ивановна, начальник УМЦ УМО по образованию в области сервиса и туризма ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса», г. Москва.

Касенова Г.К., ст. преподаватель Павлодарского государственного университета имени С. Торайгырова, г. Павлодар, респ. Казахстан.

Кирюшин К.Ю., кандидат исторических наук, доцент кафедры рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга Алтайского государственного университета, г. Барнаул.

Клейман А.А., доктор экономических наук, профессор кафедры туризма и социально-культурного сервиса, Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств, г. Санкт-Петербург.

Колонистова А.Н., ассистент кафедры Туризм и гостиничное дело ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный университет инженерных технологий».

Комаров О.Е., кандидат социологических наук, профессор кафедры экономики, права и философии, Павлодарский государственный педагогический институт, г. Павлодар, респ. Казахстан.

Кондратьева А.Ю., студентка Института гостиничного бизнеса и туризма Российского университета дружбы народов, г. Москва.

Корнеев В.С., кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой социального сервиса и туризма Балтийского федерального университета им. И. Канта, г. Калининград.

Костюк С.Г., кандидат технологических наук, доцент кафедры. СКС и Т, Кузбасский государственный технический университет, г. Кемерово.

Кретьшева Е.В., магистрант кафедры рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга Алтайского государственного университета, г. Барнаул.

Кузнецов А.В., главный специалист по очистным сооружениям ИП «Ак Топрак», г. Ашгабат, Туркменистан.

Куксова И.В., кандидат экономических наук, доцент ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный университет инженерных технологий», г. Воронеж.

Лимонина И.Г., кандидат географических наук, доцент ФГБОУ ВПО Санкт-Петербургского государственного экономического университета, г. Санкт-Петербург.

Макринова Е.И., доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой сервиса и туризма Белгородского университета потребительской кооперации, г. Белгород.

Мардасова Е.В., ст. преподаватель кафедры экономической географии и картографии Алтайского государственного университета, г. Барнаул.

Мунхбаяр Б.Ч., кафедра истории, Ховдский государственный университет, г. Ховд, Монголия

Никольская Е.Ю., кандидат экономических наук, доцент, Российский Экономический Университет им. Г.В. Плеханова, г. Москва.

Отто О.В., кандидат географических наук, доцент кафедры экологии и природопользования Алтайского государственного университета, г. Барнаул.

Пальмовский Тадеуш, доктор географических наук, профессор Гданьского университета, г. Гданьск, Польша.

Пигорева В.В., аспирант Белгородского университета потребительской кооперации, г. Белгород.

Праздников Н.Н., кандидат географических наук, доцент кафедры рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга Алтайского государственного университета, г. Барнаул.

Прудникова Н.Г., кандидат географических наук, доцент кафедры рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга Алтайского государственного университета, г. Барнаул.

Ракишева А.К., магистрант Павлодарского государственного университета имени С. Торайгырова, г. Павлодар, респ. Казахстан.

Редькин А.Г., кандидат географических наук, доцент, зав. кафедрой рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга Алтайского государственного университета, г. Барнаул.

Ротанова И.Н., кандидат географических наук, доцент кафедры физической географии и ГИС Алтайского государственного университета, г. Барнаул.

Сафина С.С., кандидат географических наук, доцент ФГБОУ ВПО Санкт-Петербургского государственного экономического университета, г. Санкт-Петербург.

Селютин Л.В., магистрант кафедры рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга Алтайского государственного университета, г. Барнаул.

Соболь И.Б., кандидат географических наук, ст. преподаватель кафедры рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга Алтайского государственного университета, г. Барнаул.

Танкова М.В., ст. преподаватель кафедры рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга Алтайского государственного университета, г. Барнаул.

Тишкин А.А., доктор исторических наук, профессор кафедры археологии, этнографии и музеологии, проректор по научно-инновационной деятельности Алтайского государственного университета, г. Барнаул.

Третьякова О.С., преподаватель кафедры рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга Алтайского государственного университета, г. Барнаул.

Федоров Г.М., доктор географических наук, профессор, директор института природопользования, территориального развития и градостроительства Балтийского федерального университета им. И. Канта, г. Калининград.

Царегородцева А.Г., кандидат географических наук, профессор кафедры «География и туризм» Павлодарского государственного университета имени С. Торайгырова, г. Павлодар, респ. Казахстан.

Энхжаргал Б., кандидат филологических наук, профессор, проректор по науке и инновациям Ховдского государственного университета (Монголия).

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	3
Приветственное слово председателя совета УМО по образованию в области сервиса и туризма, доктора исторических наук, профессора <i>Федулина Александра Алексеевича</i>	4
Приветственное слово ректора Алтайского государственного университета, доктора юридических наук, профессора <i>Землюкова Сергея Валентиновича</i>	6
Приветственное слово ректора Ховдского государственного университета, доктора (Ph.D), профессора <i>Жутмаан Янжмаа</i>	8
ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СЕРВИСА И ТУРИЗМА	
<i>Аллеева Н.Н.</i> Интерактивные методы обучения в туристском профессиональном образовании	10
<i>Ананьева Т.Н., Илюхина Г.И.</i> Направления модернизации в системе высшего образования России	13
<i>Веткина С.Н., Гуляев Г.А.</i> Музейно-выставочная деятельность как средство повышения компетенций студентов туристского ВУЗа	21
<i>Егорова Н.Н.</i> Региональные проблемы подготовки кадров для сферы услуг	23
<i>Касенова Г.К.</i> Методическое обеспечение туристско-краеведческой работы в системе образования Павлодарского региона: школа-колледж-вуз	26
<i>Комаров О.Е., Аминова Л.А.</i> Некоторые проблемы развития совместных международных образовательных программ	29
<i>Костюк С.Г.</i> Современные подходы к исследованию проблем подготовки кадров в условиях инновационной экономики	33
<i>Лимонина И.Г., Сафина С.С.</i> Организационно-методические особенности изучения географии студентами ФГБОУ ВПО СПбГЭУ	38
<i>Никольская Е.Ю.</i> Проблемы профессиональной подготовки кадров в индустрии туризма и гостеприимства	41
<i>Праздников Н.Н., Купцова В.Н.</i> Зарубежные образовательные программы и их спрос на рынке социокультурных услуг г. Барнаула	47
<i>Редькин А.Г., Есимова Д.Д., Кретьшева Е.В., Селютин Л.В.</i> Современное единое евразийское образовательное пространство: опыт создания совместной образовательной программы уровня магистратуры по направлению подготовки «Туризм» (на основе образовательных стандартов Российской Федерации и Республики Казахстан)	52
<i>Редькин А.Г., Мардасова Е.В.</i> Содержание подготовки специалистов в области сервиса и туризма в Алтайском государственном университете (на примере направления подготовки «Туризм» и «Гостиничное дело»)	54
<i>Соболь И.Б., Игнатенко М.Н.</i> Применение проблемных методов обучения студентов в программах ФГОС по направлению подготовки «Сервис»	58

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПРИГРАНИЧНОГО И ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

<i>Ser-Od Tsedevdorj.</i> Tourism activity of “Altai Tavan Bogd” National Park is influencing the regional development	61
<i>Анисевич Р., Пальмовский Т., Драгилева И.И.</i> Влияние местного приграничного передвижения на развитие трансграничного туризма между Республикой Польша и Калининградской областью Российской Федерации	65
<i>Арефьев В.Е.</i> Актуальность китайского туризма и его перспективы в Алтайском регионе РФ	73
<i>Игнатенко М.Н., Третьякова О.С.</i> Предпосылки развития трансграничного туризма и рынка труда туристской отрасли на территории России и Монголии	78
<i>Изтелеуова Л.И.</i> Туризм в Казахстане	80
<i>Клейман А.А.</i> Эффективный инновационный менеджмент как фактор развития культурного туризма в регионе	83
<i>Комаров О.Е., Трубецкая К.И.</i> К вопросу об этнических особенностях русских туристов	87
<i>Корнеевец В.С., Федоров Г.М.</i> Распространение опыта еврорегионов для развития трансграничной кооперации приграничных регионов России	91
<i>Макринова Е.И., Пигорева В.В.</i> Развитие трансграничного сотрудничества в сфере туризма в рамках еврорегиона «Слобожанщина»	98
<i>Прудникова Н.Г.</i> Этнокультурный потенциал Большого Алтая и его использование в трансграничном туризме	101
<i>Редькин А.Г., Тишкин А.А.</i> «SILK ROAD – путь на восток. Диалог культур»	108
<i>Ротанова И.Н.</i> Формирование туристского продукта в пределах трансграничного региона «Большой Алтай»: проблемы и потенциал	110
<i>Танкова М.В.</i> Использование древних путей сообщений в формировании трансграничных туристских маршрутов по Алтаю	115
<i>Третьякова О.С., Игнатенко М.Н.</i> Развитие международной интеграции в сфере туризма на территории трансграничного региона «Большой Алтай»	120

РЕГИОНАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ТУРИСТСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

<i>Бабанчикова О.А.</i> Особенности обеспечения информационной безопасности и креативности рекламных коммуникаций в сфере туризма	124
<i>Веткина С.Н., Кондратьева А.Ю.</i> Роль эмоционального интеллекта в бизнесе гостеприимства (одессит Борис Лисаневич – основоположник индустрии гостеприимства государства Непал)	130
<i>Гировка Н.Н.</i> О технологии проектной деятельности в индустрии туризма	132
<i>Глаголева Л.Э., Колонистова А.Н.</i> Разработка рекомендаций к реализации концепции развития туризма в Воронежской области	137
<i>Гэндэнжав Нямдаваа.</i> Некоторые аспекты развития этнотуризма в Ховдском аймаке Монголии	139
<i>Кузнецов А.В.</i> Перспективы развития туризма в Юго-Западном Туркменистане	143
<i>Куксова И.В.</i> Инновационные технологии в развитии услуги гостеприимства	147
<i>Мунхбаяр Б.Ч.</i> О возможностях и ресурсах для развития историко-культурного туризма в аймаке Ховд (Монголия)	150

<i>Отто О.В.</i> Задачи и организация мониторинга туристской индустрии	159
<i>Редькин А.Г., Кирюшин К.Ю.</i> Историко-археологический парк «Перекресток миров» на международных туристических выставках «ИНТУРМАРКЕТ»	162
<i>Царегородцева А.Г., Ракишева А.К.</i> К вопросу о рекреационной оценке водоемов	169
<i>Царегородцева А.Г., Ракишева А.К.</i> Развитие туристской базы водоемов барнаульского государственного национального природного парка: проблемы и перспективы	172
<i>Энхжаргал Б.</i> Некоторые возможности внедрения инноваций в развитие туризма Западной Монголии	174
Сведения об авторах	179

Научное издание

**НАУКА И ТУРИЗМ:
СТРАТЕГИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

Выпуск 2

Сборник статей

Редактор – *В.Е. Мозес*

Подготовка оригинал-макета,
дизайн обложки – *Т.И. Котикова*

Изд. лиц. ЛР №020261 от 14.01.1997 г.
Подписано в печать 04.02.2014. Формат 60×84 1/8.
Усл. печ. л. 21,5. Тираж 100 экз. Заказ №42.

Издательство Алтайского государственного университета.
Типография Алтайского государственного университета:
656049, Барнаул, ул. Димитрова, 66.