

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
КОМИТЕТ РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ ПО ТУРИЗМУ
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет социальных технологий ПГТУ

ТУРИЗМ

КАК ФАКТОР МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ И РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Материалы I Всероссийской
научно-практической конференции
с международным участием

19-21 ноября 2015 г.

Йошкар-Ола
2015

УДК 38.48
ББК 75.81
Т 86

Редакционная коллегия:

Пуртов А. П., председатель Комитета Республики Марий Эл по туризму;
Шерешева М. Ю., д-р экон. наук, профессор МГУ им. М. В. Ломоносова,
директор Центра исследований сетевой экономики;

Сахарчук Е. С., канд. пед. наук, декан факультета туризма и гостеприимства РГУТиС

Кусков А. С., канд. культурологии, профессор, президент Международного общественного университета туризма, главный редактор федерального образовательного и научно-практического журнала «Вопросы туризоведения»;

Полухина А. Н., д-р экон. наук, профессор кафедры сервиса и туризма ПГТУ (ответственный и научный редактор сборника);

Шалаев В. П., д-р филос. наук, декан факультета социальных технологий ПГТУ;

Васина С. М., канд. ист. наук, зав. кафедрой сервиса и туризма ПГТУ;

Зыкова Н. Н., канд. социол. наук, доцент кафедры социальных наук и технологий ПГТУ.

Туризм как фактор модернизации экономики и развития регионов: материалы I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, 19-21 ноября 2015 г. / под общ. ред. проф. А. Н. Полухиной. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2015 – 380 с.
ISBN 978-5-8158-1627-5

В сборнике представлены материалы I Всероссийской конференции с международным участием «Туризм как фактор модернизации экономики и развития регионов», посвященной актуальным вопросам развития сферы туризма в современных условиях. Конференция, организованная в рамках выполнения конкурсной части государственного задания Минобрнауки России по проекту № 1378 «Социально-культурные ресурсы модернизации в оценке эффективности стратегических программ развития территорий в аспекте внутреннего туризма», явилась своеобразным подведением промежуточных итогов реализации гранта.

УДК 38.48
ББК 75.81

ISBN 978-5-8158-1627-5

© Поволжский государственный
технологический университет, 2015

ПРЕДИСЛОВИЕ

На сегодняшний день сфера российского туризма находится в остром кризисе, который был спровоцирован извне и является отражением сложнейшей политической ситуации, возникшей в регионе Ближнего Востока. По стечению обстоятельств, именно данный регион все последние годы являлся местом отдыха многих россиян, а главное – основным направлением выездного международного туризма. Все туроператорские компании России предлагали Египет, Турцию и другие страны Ближнего Востока в качестве объектов рекреационного туризма. На этих направлениях работали практически все чартерные компании и абсолютное большинство турагентских фирм.

Исследователи сферы туризма в России в последнее десятилетие неоднократно предупреждали об имеющихся перекосах в функционировании туристической отрасли: в сторону выездного туризма вместо внутреннего. Сегодня, как никогда остро, встала проблема развития внутреннего туризма. Можно назвать это задачей государственной важности, потому что речь идет о своеобразном импортозамещении в туризме. Под таким углом внутренний туризм еще не рассматривался.

Тема прошедшей в г. Йошкар-Оле на базе Поволжского государственного технологического университета конференция чрезвычайно актуальна в свете последних событий. Особенности устройства российского федеративного государства, специфика территориальной организации экономики, активизация противоречивых процессов регионализации и глобализации привели к усилению дифференциации национального экономического пространства и региональных диспропорций. Туризм является одновременно и видом экономической деятельности, привлекательной для предпринимателей, и способом реализации инициатив местных сообществ. Существование различных форм предпринимательской активности в рамках отдельных территорий требует специального изучения воздействия социально-культурных факторов среды на развитие экономики региона.

Все участники конференции отмечали, что развитие внутреннего туризма в России сдерживается комплексом экономических, организационных и социально-культурных факторов. В идеальной модели развития туризма должны присутствовать государство, предпринимательские структуры и НКО. Необходимым организационным условием деятельности в этом направлении является расширение сетевого взаимодействия НКО, государства и предпринимательских структур. Они могут внести существенный вклад в формирование благоприятной для развития туризма социокультурной среды.

Настоящий сборник научных статей является итогом I Всероссийской конференции с международным участием «Туризм как фактор мо-

дернизации экономики и развития российских регионов», проведенной в ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный технологический университет» с 19 по 21 ноября 2015 г. Конференция была организована в рамках выполнения конкурсной части государственного задания Минобрнауки России по проекту № 1378 «Социально-культурные ресурсы модернизации в оценке эффективности стратегических программ развития территорий в аспекте внутреннего туризма» и явилась своеобразным подведением промежуточных итогов реализации гранта.

Участниками конференции стали представители различных стран: Азербайджана, Таджикистана, Туркменистана и Украины. Активное участие приняли в научном форуме также ученые и практики из российских городов и вузов, таких как МГУ им. М. В. Ломоносова (Москва), РГУТиС (Москва), КФУ (Казань), УГСХА (Ульяновск), Архангельск, Йошкар-Ола, Пенза, Пермь, Саратов, Смоленск, Тюмень, Хабаровск и др.

В рамках конференции состоялись два круглых стола. Первый был посвящен проблемам развития туризма в регионах России. Среди его участников – руководители и представители туроператорских и турагентских компаний Республики Марий Эл, республиканских музеев, муниципалитетов. Круглый стол проводился совместно с Комитетом Республики Марий Эл по туризму. Второй круглый стол был посвящен вопросам развития въездного образовательного туризма. Участниками данного события стали представители ПГТУ в Азербайджане и Туркменистане, а также представители Россотрудничества.

В рамках конференции были проведены три мастер-класса по самым актуальным сегодня проблемам сферы туризма:

- правовые аспекты регулирования российского туризма в свете кризисных явлений (Египет, Франция, Турция);
- формирование сетевых форм взаимодействия в сфере туризма и развлечений;
- развитие профильной образовательной среды.

Данный сборник включает актуальные статьи и интересные доклады участников конференции. Во многих из них проанализированы стратегические программы развития регионов России (в аспекте внутреннего туризма). Представленные выводы будут полезны как для исследователей сферы туризма, так и для специалистов практиков.

РЕЗОЛЮЦИЯ
I Всероссийской (с международным участием)
научно-практической конференции
«Туризм как фактор модернизации
и развития экономики регионов»

19-21 ноября 2015 года в ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный технологический университет» (г. Йошкар-Ола) состоялась первая Всероссийская (с международным участием) конференция «Туризм как фактор модернизации и развития экономики регионов»

Цель конференции – обсуждение различных аспектов теоретических и практических исследований в области решения проблем и рассмотрения перспектив развития туризма в России на национальном и региональном уровнях на основе использования инновационных технологий и построения системы стратегического планирования в управлении дестинациями.

Организаторами конференции выступили Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Поволжский государственный технологический университет» и Комитет Республики Марий Эл по туризму.

Проблемное поле научной конференции было сформировано в связи с изменением в настоящее время роли внутреннего и въездного туризма в развитии регионов Российской Федерации.

На конференции обсуждался широкий круг проблем:

- Международный и российский региональный туризм в глобализационном мире: вызовы и решения.
- Методологические аспекты и инструментарий исследований в сфере туризма и гостеприимства.
- Региональные аспекты туристско-рекреационного проектирования в России.
 - Модернизация российской региональной туристической индустрии.
 - Формирование туристско-рекреационных кластеров.
 - Стратегические направления регионального туризма: культурно-исторический туризм, экологический туризм, сельский туризм.
 - Проблемы продвижения регионального туризма на международном уровне.
 - Социальные функции туризма в современном обществе.
 - Модернизация инфраструктуры туризма.

В мероприятиях конференции приняли участие ученые, практики, представители органов государственной власти, органов местного само-

управления, общественных организаций из различных регионов России и зарубежья.

На пленарном заседании с докладами выступили: В. П. Шалаев – доктор философских наук, профессор, декан факультета социальных технологий ПГТУ; А. Н. Полухина – доктор экономических наук, профессор, начальник центра по работе с иностранными обучающимися ПГТУ; М. Ю. Шерашева – доктор экономических наук, профессор МГУ им. М. В. Ломоносова; А. С. Кусков – кандидат культурологии, профессор, президент Международного общественного университета туризма; Е. С. Сахарчук – декан факультета туризма и гостеприимства РГУТиС; С. М. Васина – кандидат исторических наук, заведующая кафедрой сервиса и туризма ПГТУ.

В рамках конференции была организована работа двух круглых столов: «Проблемы развития туризма в регионах России» и «Обучение иностранных граждан в российских вузах как новый вид въездного туризма».

В работе круглого стола «Проблемы развития туризма в регионах России», организованного при поддержке Комитета Республики Марий Эл по туризму, приняли участие представители органов государственной власти, муниципалитетов республики, туристских компаний, образовательных учреждений РМЭ и соседних регионов. Было отмечено, что перспективы развития туризма в Республике Марий Эл благоприятные, имеют хорошую динамику и темпы развития. Опытом развития туризма поделились представители Республики Татарстан, Москвы, Саратовской области и стран СНГ.

Второй круглый стол «Обучение иностранных граждан в российских вузах как новый вид въездного туризма» был посвящен вопросам приема и адаптации иностранных студентов в российских вузах и в частности в Поволжском государственном технологическом университете. В ходе дискуссии были обозначены наиболее важные составляющие в обучении иностранцев, дана оценка результатам их приема в вуз 2015 году. В работе круглого стола приняли участие представители Азербайджана, Туркменистана и Таджикистана.

На высоком уровне прошли мастер-классы ведущих ученых в области развития внутреннего туризма в России: М. Ю. Шерашевой, рассмотревшей роль и значение сетей в экономике впечатлений, и Е. С. Сахарчук, ознакомившей преподавателей и практиков туристской сферы с технологиями конструктивного диалога обучающихся и обучающихся в образовательной среде профильного туристского образования.

Мастер-класс А. С. Кускова, Н. В. Сирик, посвященный актуальным вопросам правового регулирования туристской деятельности в

сфере реформирования российского законодательства, включал в себя вебинар «Египет. Проблемы взаимоотношений туроператоров и туристов», что вызвало особый интерес у присутствующих.

В целом собравшиеся отметили актуальность представленных мастер-классов и докладов, а также высокий уровень организации научного форума.

Участники конференции единогласно приняли следующие решения:

Рекомендовать в рамках образовательной деятельности

1. Организовывать и участвовать в совместных научных и учебных конференциях и семинарах с участием преподавателей, студентов и магистрантов, проводить совместную научно-исследовательскую и издательскую деятельность, обмениваться научными студенческими и преподавательскими публикациями в рамках имеющихся у сторон издательских журнальных и конференционных ресурсов, в том числе международных.

2. Информировать друг друга о возможности получения взаимной выгоды в рамках национальных и международных программ учебного и научного сотрудничества, подавать заявки на участие в различных конкурсах учебного и научного характера, программах студенческого и научного обмена, в том числе проводимых Россией и зарубежными странами и фондами.

3. Вести другую взаимовыгодную учебную и научную деятельность, в том числе в форме совместных бакалаврских и магистерских программ, через элементы сетевого взаимодействия: обмен учебными дисциплинами, семестрами, практиками, а также совместное участие в подготовке и реализации различных грантовых проектов отечественного и международного уровня.

4. Внедрять и развивать образовательные программы, направленные на подготовку квалифицированного управленческого и обслуживающего персонала для туристской отрасли.

Рекомендовать органам государственной власти и местного самоуправления

1. Привлекать дополнительный туристский поток за счет активного маркетинга региона и других мер поддержки отрасли (предоставления льготных условий для предпринимателей, информационной поддержки компаний и т. п.).

2. Разрабатывать концепции, развивать существующие и создавать новые туристские дестинации, выводить их на уровень, сопоставимый с мировыми аналогами.

3. Активизировать развитие туристско-рекреационного потенциала территорий Республики Марий Эл.

4. Провести рабочую встречу с объектами туристской инфраструктуры (гостиницы, предприятия общественного питания, музеи/объекты экскурсионного показа, туристские транспортные предприятия, досуговые предприятия и др.) по вопросу систематизации продвижения туристского потенциала Республики Марий Эл на внутреннем рынке и за рубежом.

Участники выражают благодарность ректорату Поволжского государственного технологического университета, Комитету Республики Марий Эл по туризму, коллективу факультета социальных технологий и особенно кафедры сервиса и туризма ПГТУ за организацию и проведение конференции.

РАЗДЕЛ 1
**МЕТОДОЛОГИЯ, ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА
ИЗУЧЕНИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА**

УДК 379.85

Шалаев В. П.,

д-р филос. наук, профессор, декан факультета социальных технологий,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

**ТУРИЗМ КАК НОВЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ
В ГЛОБАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ**

В статье с критических позиций исследуются феномен глобализации и ее социальные последствия. В фокусе внимания автора влияние глобализации на процессы университетского образования как фабрики по производству и стандартизации глобализационного потребительского типа личности, ставшего основой современной цивилизации и культуры. В частности, анализируется разрушающее влияние на национальную безопасность стран и народов мира унифицирующей системы Болонского процесса. К числу несомненных обвинений в адрес глобализации автор относит мировоззренческую и социальную западофикацию, связанную с ней псевдолиберализацию и экономическую колонизацию мира в пользу лидирующих западных стран, их бизнеса и капитала, за счет природных и человеческих ресурсов незападного мира. Автор прогнозирует нарастание социального хаоса и борьбы западной и восточной осей мировой истории за передел ресурсов жизни и развития. Исследование негативного влияния глобализации и западофикации основывается на анализе образовательно-мировоззренческих процессов в современном российском обществе. Индустрия туризма рассматривается в статье в качестве нового социального института глобального общества потребления. Вскрывается амбивалентная сущность туризма, отмечается возрастание роли внутреннего и въездного туризма как фактора национальной безопасности России.

Ключевые слова: глобализация, западофикация, общество потребления, национальная безопасность, университетское образование, утечка серого вещества, индустрия туризма, социальный институт, устойчивое развитие.

**TOURISM AS NEW SOCIAL INSTITUTE
IN THE GLOBAL CONSUMER SOCIETY**

In article from critical positions the phenomenon of globalisation and its social consequences are investigated. In focus of article influence of globalisation on university education processes as factories on manufacture and standardization globalisation (not national and out of national) the consumer type of the person which have become by a

basis of a modern civilisation and culture. In particular destroying influence on national safety of the countries and nations of the world of unifying system bolon process is analyzed. To globalisation the author carries to number of doubtless charges world outlook and social westernisation, the pseudo-liberalisation connected with it and economic colonisation of the world in favour of the in the lead western countries, their business and the capital, at the expense of natural and human resources not the Western world. Article predicts increase of social chaos and struggle of western and east axes of world history for repartition of resources of life and development. Research of negative influence of globalisation and westernisation on development of the countries and nations of the world and their national safety, is based in article on the analysis of obrazovatelno-world outlook processes in a modern Russian society. The tourism industry is considered and proved in article as new social institute of a global consumer society. In article the ambivalent essence of tourism and increase of a role of internal and entrance tourism as factors of national safety of Russia is opened.

Keywords: globalization, westernisation, a consumer society, national safety, university education, leak of grey substance, The tourism industry, social institute, a sustainable development,

Глобализационное измерение западофицированного мира

Глобализация в ее западной форме, несомненно, стала доминантой современной общественной и частной жизни народов и отдельных людей. Но влияние глобализации на оригинальные культуры и цивилизации народов мира неоднозначно. Под влиянием унифицирующего воздействия западной цивилизации и западной масскультуры мировое сообщество становится все менее стабильным и непредсказуемым. Унификация цивилизаций и культур постепенно повышает градус рисков все более хаотичных протестных движений в мире. Нарастающие протестные флуктуации, отражающие идеологию несогласия и неприятия унифицирующего катка глобализации, управляемого из одного центра и исключительно в интересах этого центра, становятся все менее контролируемыми. Используя терминологию философско-синергетического подхода, можно сказать, что мировое сообщество становится все более нестабильным и бифуркационным: его наличное состояние все более начинает подчиняться законам случайности, малой флуктуации, малого воздействия, то есть бифуркационным механизмам (по определению российского мыслителя и математика Н. Н. Моисеева) [2].

Это бифуркационное состояние способно привести мировую цивилизационно-культурную систему к новым вызовам, граничащим с необратимым социальным хаосом, когда традиционный сдерживающий моральный и рационально-деятельностный цивилизационный и культурный потенциал стран и народов будет недостаточен или неэффективен для упорядоченного решения встающих общемировых проблем, поскольку окажется к этому времени уже достаточно размыт. В принципе ситуация до-

статочно диалектична. Унифицирующее давление однополярного западофицированного мира неизбежно порождает протесты поливариантного культурного и цивилизационного мира, каким он на самом деле является. При этом такое унифицирующее влияние порождает и обратную прогрессию своего распространения и развития, а именно: чем оно сильнее и масштабнее, тем у него на самом деле меньше потенциального ресурса развиваться дальше. Ведь это развитие только и возможно за счет свободных ресурсов поливариантного мира, который однополярностью западофикации ускоренно разрушается, эксплуатируясь и поглощаясь ею одновременно. При этом процессы инновационного развития одних стран за счет других также все более приходят к нарастающему противоречию между теми, кто западофицирует, и теми, кого западофицируют, в конкретных экономических и культурных формах.

Процессы, происходящие в системе образования, воспитания подрастающих поколений, состояние мировоззрения современных обществ, играют одну из центральных ролей. Их форма и содержание, являются важным фактором и регулятором по «производству» человека определенного типа. Современные университеты, в силу их доступности широким массам и возросшей роли в подготовке квалифицированных кадров цивилизации и культуры, политики, промышленности, бизнеса и социального развития, стали сегодня своеобразными фабриками по производству определенного стандартного типа личности с высшим образованием. Параметры этих стандартов как раз и представлены западной формой глобализации, реализуемой в современном мире.

При этом университеты всегда были институтами по производству креативных лидеров. Ведь университет до сих пор был и остается важнейшим социальным лифтом для энергичной и целеустремленной части молодых поколений, ключевым социальным институтом, воплощающим в себе возможность в специальных условиях в сжатые сроки пройти интеллектуальную и общекультурную социализацию, которая, соединяясь с энергией и амбициями молодых, способна вернуться в общество поддерживающими и развивающими его практиками. Центральную роль здесь, несомненно, играла функция университетов по производству будущих лидеров-организаторов, мыслителей и технологов, в том числе и в туристской индустрии. Но эта функция всегда была ограничена определенным социальным стандартом, закладывавшимся в образовании доминирующей цивилизацией и культурой.

С нашей точки зрения, формирующиеся в условиях современных доминирующих глобализированных (западных) стандартов личности лидеров в современных университетах, несомненно, более технологичны, но менее креативны и патриотичны. Воспринимая западные образ-

цы мышления и технологий, они технологичны, но космополитичны, вне- и наднациональны. Причины и возможные последствия этого, в том числе в контексте проблем национальной идентичности и национальной безопасности, мы рассмотрим в дальнейшем.

Пока же отметим, что в своих предыдущих работах мы уже не раз исследовали вопрос сущности, роли, последствий глобализации как западного проекта обобществления мира [3-7]. По нашему мнению, на фоне разрушающегося многообразия цивилизаций и культур, в ситуации возрастающей экономической, политической, мировоззренческой неопределенности, нестабильности и непредсказуемости путей дальнейшего развития стран и народов в формирующейся глобальной системе, в том числе с точки зрения прогнозов, любой из кризисов, связанных с деформациями базовых поддерживающих потенциалов всякого общества (в том числе, таких как мировоззренческий и образовательный), способен сыграть решающую роль. Мы убеждены, что мировоззренческий фактор, выступающий в качестве включенной базовой подсистемы во всех других потенциалах национальной безопасности, становится в этом случае решающим. Основанное на нем образование и воспитание, лежащее в основе социализации личности как гражданина страны, в том числе и университетское образование и воспитание молодежи, в этом смысле становятся важнейшим фактором сохранения и развития культурной и цивилизационной идентичности стран и народов современного мира. При этом решающей является именно идеологическая направленность формируемого мировоззрения, ядром которого выступает не только моральное ядро общечеловеческих ценностей, но и ценности культурно-исторической и цивилизационной идентичности, в том числе патриотизма, социальной справедливости, ответственности, верности, долга, служения отечеству и т.д., являющихся ядром национально-культурной идентичности, проявляющейся в любом сегменте всей системы личной или общественной жизни народов и отдельных людей.

Сфера сознания, в социальном смысле знаний и мировоззрения (ценностей, установок, мотивов) в ситуации нестабильных общественных отношений становится базовым фактором поведения отдельных индивидов и общества в целом, его жизнестойкости и безопасности (устойчивого воспроизводства и развития как целого) в меняющемся, деформирующем и унифицирующем этих индивидов и общества, глобальном мире. Центральная роль в вопросе безопасности народов как социально-популяционных (этнических) единиц мира, безусловно, принадлежит институтам воспитания и образования подрастающих поколений. Современные дети, молодежь отражают, повторяют и воспроизводят в себе общую атмосферу становящейся глобальной западофициро-

ванной, потребительской цивилизации, устремленной к индивидуальному успеху, культу телесного в ущерб духовному. В атмосфере западофицированной экономической глобализации и общества потребления они все больше становятся жертвами победы технологизма, прагматизма и космополитизма над гуманитарностью, духовностью и национальным патриотизмом.

Как наиболее сензитивная часть общества они копируют мировоззренческую атмосферу глобального общества, становясь плацдармом будущности народов в общечеловеческой истории. В этом смысле у современного института образования и воспитания, в том числе университетского образования и воспитания, появились серьезные вызовы внутреннего и внешнего характера. С одной стороны, оно не может не быть образованием национальным, не может не работать на сохранение социально-культурной идентичности и сплоченности своего родного общества, а с другой – оно не может не быть образованием глобализационным и готовить молодых людей к жизни в большом, глобальном обществе, а значит невольно становится трамплином для перехода молодых людей в над- и вненациональные широты своей будущей социально-культурной реализованности и состоятельности.

Все это существенным образом связано с новационными и инновационными процессами в современном мире. При этом ясно, что инновационная среда общества в значительной степени зависит не только от конкретных инвестиций, но и от конкретных ресурсов реализации инвестиционных программ. К этим ресурсам мы, без сомнения, можем отнести внешние и внутренние ресурсы инновационной деятельности, которые в свою очередь опредмечены в ресурсах природы и человека. К наиболее значимым из человеческих ресурсов, без которых невозможна инновационная деятельность, нельзя не отнести прежде всего ресурсы творчества, предприимчивости, воли и пассионарности, которыми в наибольшей степени наделена именно молодежь. Влияние молодежи как социальной силы на развитие общества – эмпирический факт.

А. Тойнби цивилизации, которые подражают и следуют стереотипам молодых, относил к динамичным и наоборот, цивилизации, подражающие и следующие стереотипам зрелых поколений, – консервативными. Несомненно, этот подход несколько упрощенно представляет общественное развитие. Ведь само по себе следование стереотипам молодых или зрелых поколений не гарантирует динамичного или консервативного развития общества, здесь важно прежде всего содержание этих идей.

Но несомненно и то, что молодежь как ограниченная определенными возрастными и свойственными ей психофизическими возможностями социальная группа гораздо ближе к инновациям. Институт моло-

дежи в обществе – это его энергетический реактор развития по форме, содержание которой может быть наполнено любыми идеями – консервативными или либеральными, традиционными или инновационными. Решающая роль в настройке этой формы на те или иные цели, на те или иные содержательные идеи в значительной степени связана именно с социализирующим воздействием системы образования и воспитания в обществе. Ключ инновационного (или наоборот консервативного) мышления, национального или космополитичного мировоззрения и деятельности – это тем самым ключ к инновационному или наоборот консервативному обществу, обществу свободному и независимому или, наоборот, создаемому в наших образовательных и воспитательных учреждениях и организациях, включенных в общую систему доминирующих социальных институтов. Тем самым, в вопросе, каким быть национальному воспитанию и образованию отдельных стран, уже заложен, в форме свернутой пружины, ответ на вопрос, каким быть обществу: инновационному или не инновационному, развивающемуся или законсервированному, независимому или свободному в своем развитии. Здесь необходимо отметить прежде всего следующее.

Ситуация глобализации может быть рассмотрена как распространение общества массового производства и массового потребления на основе западной системы ценностей, целей и образцов организации общественной жизнедеятельности народов, внедряемых в форме западофикации (приобщение и подчинение), в форме прежде всего либерально-потребительской системы ценностей. В основе западофикационного глобального проекта развития мира, несомненно, находится сущностный превращенный фактор западного капитала, его потребностей, интересов и целей (прямо по К. Марксу). И роль капитала здесь амбивалентна. Несомненно, что он как превращенная форма общественной жизни народов, поколений, индивидуумов, выполняет важнейшую и объективно значимую функцию организатора и регулятора экономики, производства и бизнеса. Но в то же время эта превращенная форма, становясь самостоятельной силой, подминает под себя, нивелируя все важнейшие социальные институты, без которых невозможны общественная жизнь людей, прежде всего такие, как мораль, право, религия, семья и др., но также, например, и туризм, являющийся неотъемлемым свойством общества потребления, порожденного западофицированной формой глобализации.

Насаждаемое в форме западофикации либерально-потребительское мировоззрение, несомненно, является модусом и мягким инструментарием капитала и бизнеса, по созданию стабильной и управляемой общемировой системы организации и контроля над жизнедеятельностью

стран и народов не только экономическими, но мягкими гуманитарными технологиями. Культурными оболочками либерально-потребительской западофикации сегодня, несомненно, являются образование, СМИ, кинематограф, индустрия развлечений и т.д., выступающие в качестве весьма действенной мягкой технологии по переделке сознания и поведения человека в сторону принятия правил глобального общества производства и потребления.

Непосредственным образом с западофикационной формой глобализации, с ее либерально-потребительской начинкой связаны «труды» западофикации и на ниве высшего образования, заточенного на развитие массового бакалавриата как инструмента подготовки массовой (омасовленной) рабочей силы. В системе координат западофицированной глобализации это естественный и необходимый процесс. Глобальному западофицированному массовому производству необходима ускоренно подготовленная за 2-3 года (недорого) вышколенная рабочая сила, солидарная с ценностями общества массового производства и потребления, всеядная в культурном отношении, способная на высокий уровень мобильности в соответствии с динамикой международного разделения, капитала, труда и производства.

Штамповка массовой рабочей силы как объективированного, инструментального человека происходит не только в пространстве современных западофицированных университетов, ставших фабриками массовой и лояльной интеллектуальной рабочей силы, но и под влиянием одностороннего масскультурного либерально-потребительского мировоззрения, прививаемого внешним либерально-неолиберальным информационным трафиком (свободные» СМИ и слабо регулируемый с позиций этики и национальных интересов Интернет, массовый кинематограф, индустрия развлечений), существенно дистанцированным от отечественной почвы. Необходимо подчеркнуть полишенельную сущность либерально-неолиберальных ценностей. Провозглашаемая западом деидеологизация образования и воспитания, разделение идеологии и воспитания в школах и вузах на самом деле стала лишь технологией наращивания этой идеологизации через внешние по отношению к институтам образования и воспитания системы в значительной степени западного происхождения и идейной начинки. При этом, например, в самих США, тема патриотического воспитания в школах и университетах (в том числе в вопросах уважения к символам и политике американского государства) поставлена на самом высоком уровне. Налицо явные двойные стандарты, источником которых, несомненно, являются сами США и мировой капитал. Их цель в том, чтобы в якобы деидеологизированной системе воспитания и образовании увеличить социальные

дистанции, оторвать и даже противопоставить, различные социальные группы, прежде всего молодежь, расчистить их самосознание от исторической памяти и национально-культурной идентичности. Эксплуатации подвергаются возрастные социально-психологические особенности молодежи, отсутствие у нее социального опыта и потому низкий уровень мировоззренческой защищенности.

Вера в модель деидеологизации образования и внешнего общественного информационного трафика нам уже дорого стоит. Наша молодежь не только аполитична, но и в значительной степени космополитична и западофицирована. В этом смысле это ситуация поистине упущенных возможностей, но также и фактор сдачи нашей собственной молодежи в руки западофицированного мировоззрения, а в конечном счете в руки другой цивилизации, причем добровольным образом. Не случайно поэтому наша молодежь склонна покидать свою родину и трудиться там, «где деньги дают» и «где именно те правильные представления о счастье», то есть на западе. Но важно и то, что эта же молодежь, оторванная от собственной культурной почвы, к сожалению, нередко становится фактором наших собственных внутренних угроз, регулируемых и управляемых извне.

Все это говорит о том, что здоровая национально ориентированная идеология должна быть незамедлительно возвращена в отечественное образование (как, впрочем, и во все другие социальные институты современного российского общества) на всех его ступенях (детский сад, школа, университет прежде всего) в качестве важного фактора национальной безопасности и исторической состоятельности России в глобальном конкурентном обществе. Здесь есть и еще один диалектический контекст. Он в том, что готовящаяся в наших университетах молодежь, воспитываемая информационной средой на западных либеральных (псевдолиберальных) ценностях (как отмечает С. Л. Шалаева) [8-10], с потребительским пониманием «счастья» – это не только этически разбалансированный, потребительски настроенный тип человека, но и еще и лояльный, послушный Западу будущий массовый потребитель и фактор воспроизводства не отечественных ценностей, целей и стилей жизни с соответствующим им пониманием «счастья». На либеральных (псевдолиберальных) ценностях, по мнению А. В. Шалаевой, создана целая индустрия либеральных мифов (либеральная мифология), которая наиболее действенна на чувственно-эмоциональном уровне влияния на молодежь [11]. Круг замкнулся, мировой бизнес-проект заработал. Организованное массовое производство массовых товаров и услуг, соединилось со своим массовым организованным, «правильно» воспитанным потребителем.

В исследуемые процессы западофикации сегодня оказалась втянута большая часть стран и народов мира, что подтверждает тезис К. Ясперса

об эпохе западной оси мировой истории. Западофикация стала технологией приобщения и подчинения значительной части мира локальных культур и цивилизаций обаянию западной культуры и цивилизации, получившей свое воплощение в политико-экономическом клубе великих держав постсоветского мира (страны большой семерки во главе с США). Мозаичный мир оригинальных цивилизаций, по образному выражению, попал под цивилизационный каток не столько глобализации, сколько движущей ее социально-экономической, политической и технической западофикации или капитализации в ее западнцентристской форме. Существенное влияние на западофикацию мира оказывает и налаженная Западом система окультуривания молодых поколений незападных стран в логике западной цивилизации и культуре.

Как следует из нового доклада американского неправительственно-го Института международного образования «Открытые двери – 2014», общее число иностранных студентов, обучающихся в университетах и колледжах США, в 2013-2014 академическом году выросло на 8% по сравнению с предыдущим годом и составило 886 052 человека. По оценкам Минторга США, в 2013-2014 учебном году вклад студентов-иностранцев в американскую экономику превышал \$27 млрд, что стало очередным рекордом. По данным исследователей, в США быстрее всего увеличивается число студентов и аспирантов из Китая, Индии, Кувейта, Бразилии и Саудовской Аравии и других незападных стран. Как правило, это страны с крупными государственными программами стипендиальной поддержки студентов, обучающихся за рубежом [12]. Феномен этого интеллектуально-образовательного трафика свидетельствует о масштабах перетекания молодого «серого вещества» в США. Аналогичная ситуация в Западной Европе, раскинувшей свои привлекательные программы обучения для представителей незападного мира.

Однако мы являемся свидетелями не только вершины в развитии западной оси мировой истории, волею судеб ставшей доминантой современной истории, но и нарастающей противоположности. В пользу этого говорят, в том числе, и возвращенные под влиянием обучения и воспитания Запада новые мировые центры науки, техники и бизнеса, представленные Китаем, Индией, Бразилией и др. Их развитие во многом основано на образовательном, мировоззренческом (либерально-неолиберальном) и экономическом вливаниях Запада, но с сохранением своей собственной национальной культуры, традиций и видения развития в мире. Именно сохранение этой собственной оригинальной системы образования и воспитания и становится, в конечном счете, главным фактором творческого экономического и инновационного «чуда» в этих странах. Научившись формировать и сохранять свой креативный класс,

способный к новым знаниям и технологиям, научившись «размножать» его на своих оригинальных образовательно-культурных (в том числе мировоззренческих) фундаментах, эти страны стали не просто иными и успешными, но самостоятельно иными и успешными настолько, что возникли объективные основания говорить о смене осей мировой истории с западной на восточную. Все это доказывает, что важны не сами знания и технологии, а знания и технологии, соединенные с оригинальным мировоззрением, оригинальной системой ценностей, оригинальной культурой, выстоявшей перед натиском иных культур, в данном случае перед натиском западных либерально-неолиберальных ценностей и их общественных моделей развития. Важны сохраненные основы производства собственных креативных и патриотично настроенных кадров как основы инновационной деятельности и развития общества.

Западофикация медленно, но верно становится причиной незападных сценариев мировой истории, частью которых, безусловно, является и Россия, которая вовсе не стремится выбрать Запад или Восток, но старается сохранить собственную цивилизационно-культурную идентификацию и национальную безопасность, оставаясь с миром, в мире, но оставаясь в нем самостоятельной и оригинальной евразийской культурно-цивилизационной единицей, имеющей несомненный уникальный государственный и общенациональный опыт евразийства, наиболее полно представленный, например, Л. Н. Гумилевым [1]. По существу у всех участников современной западофицированной глобализации только этот выход и есть. Или культурная и цивилизационная аннигиляция со стороны Запада и превращение в то, что получило в культурной истории имя этнического материала (по определению русского культуроисторика Н. Я. Данилевского) для развития других более сильных и способных к этому народов. Или сохранение и продление через самоорганизацию, взаимное усиление в единстве. Самоорганизация или аннигиляция – такова повестка сегодняшнего дня.

Это пространство современной истории – прекрасный фон понимания всего, что происходит с туристским мировым и российским трафиком. Прежде всего, необходимо констатировать глобализационный характер туристской индустрии, проявившей себя как новый социальный институт современного глобального общества.

Глобализационное измерение туризма в обществе потребления

Действительно, туризм стал многоэлементной устойчивой и высокозначимой для человечества системой. Этот туризм, во-первых, обрел формы супербольшого и даже глобального бизнеса, существенным образом повысив свой статус среди ценностей современного общества. Он

обрел свои научные основы и подготовку массовых специализированных кадров, перешагнул границы национальных и континентальных картин, превратившись в сетевое глобальное предприятие, охватившее весь мир. Он, несомненно, стал предметом большой политики, за которой стоят большие деньги и национальная безопасность стран и народов. Он стал мировым феноменом, в котором нуждается человек (особенно массовый человек экономически состоятельных и урбанизированных стран) и который стал движителем территорий и обществ.

Активно путешествующие пенсионеры западного общества, несомненно, один из наиболее показательных примеров такого нового институционального статуса туризма. Путешественники не только оздоравливают и развивают себя, занимаясь весьма приятным делом, но и продляют себе социальную активность, сопряженную с активизацией денежного обращения и инвестиций в сфере легкой промышленности и услуг в современных обществах, наладивших туриндурию. Эти путешествия – важный экономический фактор развития многих территорий, фактор инвестиций и занятости населения. Путешественники и отдыхающие – важный источник доходов в сфере легкой промышленности, услуг, который, обращая денежную массу в межсекторном общественном пространстве, обеспечивает работу и доход огромной (на сегодня) части населения, миллионам людей активного трудоспособного возраста, вовлеченных в эту сферу.

Эту же функцию обращения денежной массы выполняют и все другие категории отдыхающих и путешествующих людей, которые, реабилитируя себя таким образом, восстанавливая свои психофизические, духовные и интеллектуальные ресурсы, в том числе и как трудовая сила, становятся важными донорами развития экономики сферы услуг, а через нее и экономики целых стран. Это мы видим на ярких примерах, подобных Таиланду, или до недавнего времени Турции, Египта и Туниса и т.д., специализирующихся на создании привлекательной среды отдыха, востребуемой широкой массой активной части населения европейских стран (прежде всего богатых западных стран Европы) и стран постсоветского пространства, приемлемой для этой массы своим качеством и денежным выражением.

Реабилитационным целям служат все виды туризма: курортный, культурно-исторический, экологический, сельский, образовавшие сегодня не просто совокупность, но организованную систему туризма – туриндурию, производящую услуги в масштабах индустриального, массового производства услуг, ставшего объективным отражением возросшей массовой потребности человека в отдыхе и реабилитации,

охватывающую буквально все категории населения современных урбанизированных территорий и подсевших на консьюмеризм поколений развитых стран мира.

Главными потребителями продукта туриндустрии во всем мире стали жители именно средних и больших городов, представляющие всю палитру различных социальных групп общества. Они нашли друг друга – массовый потребитель и массовый производитель благ и услуг (и, видимо, надолго), как и сама адекватная нам городская цивилизация, разорвавшая мир человека на противостоящие друг другу части – человека и природу, производство и потребление, труд и отдых. Прекрасный пример симбиоза потребности и услуги, города и организованного туризма. Почему именно городская цивилизация и туризм? Повторимся, все дело в резко возросших опасностях и рисках жизни (физических, психологических, культурных), имеющих благодатную почву для воспроизводства и распространения именно в урбанизированной, мультикультурной, искусственной, техногенной по своей сути среде современных городов. И речь здесь идет не только о негативном влиянии внешней загрязненной среды, но и о влиянии фундаментальных психологических и социальных факторов, связанных с плотностью населения, ритмами жизни, психологическими перегрузками, стрессами, разрывом социальных связей, одиночеством человека в городе, превращающем людей в абстрактных индивидов и т.д.

Жители современных городов непрерывно пребывают в чуждом, агрессивном их психофизическому состоянию (как биологических, природных существ) пространстве материальных факторов, но также и в чуждом, агрессивном их духовному состоянию масскультурных факторов. Не только техногенный, но и грязный и агрессивный масскультурный ландшафт города непрерывно воспроизводит нездоровые феномены и формы цивилизационной и культурной жизни, требующие от человека высокой затраты сил на их преодоление и нейтрализацию. Принципиальный критический диагноз жизненной среды человека в современных городах глубоко был описан, например, в этологии, ее создателем К. Лоренсом (см. скажем, работу «Агрессия» или «Семь смертных грехов цивилизованного человечества»). Волею судьбы оторванные от природы и здоровой духовной культуры, их безусловного и естественного для человека как телесного и духовного существа реабилитирующего воздействия, незаменимого городскими парками и скверами, комнатными растениями и оранжереями, в силу их ограниченного характера и высокой плотности и конкурентности населения, их потребляющего, но также не заменяющего их масскультурного производства,

эти жители видят во внешней природной и духовной культурно-исторической среде ресурс и фактор одного из самых действенных своих врачевателей.

При этом туризм – это не только туриндустрия или массовое производство услуг, возникшее на основе массовой же потребности различных категорий населения (пожилые, молодежь, семья, дети и т.д.) в реабилитации и дополнительном развитии. Туризм – это великий терапевт, встроенный в цивилизацию массового производства и массового потребления. Он не только реабилитирует человека психофизически, восстанавливая естественные связи с природой и культурой, но он реабилитирует человека и экзистенциально, на этаже его чувств и смыслов. Туризм – важный фактор экзистенциальной реабилитации современного человека, попавшего в условиях современной цивилизации и массовой культуры в ситуацию отчужденного человека (К. Маркс), человека с комплексами неполноценности (З. Фрейд), одномерного человека (Г. Маркузе). Человека, который объективирован (Н. Бердяев), лишен свободы (экзистенциализм Ж. П. Сартра), манипулируемого, конструируемого человека (постмодернизм Ж. Бодриера), одинок (Э. Фромм). Человека, который попал в ситуацию разрушения традиционных, поддерживающих и защищающих социальных институтов (семья, религия, кровное родство...), в ситуацию разорванных социальных связей, индивидуализма и эгоизма как доминирующих образцов поведения, поддерживаемых масскультурой. В связи с этим туризм имеет дело с врачеванием человека, который, в конечном счете, превращен современной цивилизацией и культурой в репрессивное существо (Г. Маркузе). Туризм, несомненно, способен врачевать этого человека, выводя его за рамки отчуждающего, объективирующего пространства, в пространство природных и культурных компенсаций.

Несомненно, что туризм с успехом реализует и другую важнейшую функцию, которую условно можно назвать информационно-познавательной и образовательно-воспитательной. Огромные массы людей, участвующих в туриндустрии, получают возможность конкретного и наглядного изучения природы, истории и культуры. Познавательная функция туризма особенно наглядно проявляет себя в его культурно-исторической форме, независимо от возраста, профессии и образования людей. Внешняя природная среда и разнообразная внешняя цивилизационная и культурно-историческая среда могут быть рассмотрены не только фактор психофизической реабилитации человека, но и как прекрасная форма доступа к самому значимому наглядному пособию для человека познающего, прежде всего, разумеется, для подрас-

тающих поколений, изучающих мир по препарированным сведениям в рамках учебных предметов наших детских и общеобразовательных учреждений. Это соединяет человека и реальный, а не виртуальный мир информационного пространства, это форма своеобразного практикования человека в мире.

Все это может быть описано единым обобщающим наш исследовательский интерес понятием – социальные функции туризма. Попытаемся осуществить первичный опыт определения этого понятия, не претендуя на абсолютность. На наш взгляд, здесь можно выделить широкой и более узкий смыслы понимания. В широком смысле социальные функции туризма связаны с положением, местом и ролью туризма в системе общества как социального института, существенным образом влияющего на стабильность общества в его современной форме. И, как правило, здесь под туризмом понимают сферу общественной жизнедеятельности, необходимую для общества в части обеспечения этого общества определенного вида услугами, значимыми для устойчивого существования этого общества. Туризм в этом смысле – это определенная сфера деятельности, обеспечивающая удовлетворение сложившихся исторически необходимых для человека и общества потребностей, в данном случае в отдыхе, оздоровлении, познании, саморазвитии и т.д.

Здесь социальные функции туризма – это функции, связанные с тем, что общество сегодня немыслимо без индустрии туризма как сложной внутренне взаимосвязанной системы различных взаимодополняющих его частей – информационных, транспортных, отельных сетей, сети туристических агентств, сети питания и шопинга, культурно-исторических и развлекательных центров и музеев, центров психофизической реабилитации, оздоровления человека и т.д. Но туризм сегодня – это не просто сложная внутренне взаимосвязанная система производства различных услуг, но это система производства определенных услуг, работающая в режиме массового их производства и предоставления их массовому потребителю, это система массового производства услуг, поставленная на поток, подобно промышленному производству товаров, то есть это индустрия услуг.

В широком смысле социальные функции туризма и в том, что это функции, рождающиеся в туризме как туриндустрии современной системы массового производства и массового потребления, связанные с определенными потребностями и интересами человека в условиях современной цивилизации и культуры, в условиях глобализирующегося общества. Здесь можно говорить о туризме как неотъемлемой составной части глобального общества массового производства и массового по-

ребления именно как об индустрии массовых услуг для оформившегося в ситуации современного общества потребления, массового потребителя. Этот массовый потребитель как в силу его ценностей, так и в силу интересов самого бизнеса туриндустрии нуждаются друг в друге, и этот симбиоз поддерживается процессами управления и регулирования в сфере большой политики и большого бизнеса.

В узком смысле социальные функции туризма заключаются в несомненном положительном социальном действии туризма и его социальных эффектах, благоприятных для человека и общества в его современных цивилизационных формах существования. Мы не должны, например, забывать о вопросах психофизической реабилитации и восстановления сил человека, о познавательных и воспитательных эффектах туризма и туриндустрии. В этом смысле индустрия туризма может и должна рассматриваться как социальный врачеватель, социальный работник, культурный воспитатель, расчищающий авгиевы конюшни современной унифицирующей человека цивилизации с ее негативными социальными последствиями для человека и общества. Здесь индустрия туризма предстает перед нами не просто как индустрия услуг, встроенных в экономическую систему производства и потребления различных товаров и услуг, но как функция социального и психофизического врачевания человека, страдающего от влияний созданной им же самим столь необходимой ему, но столь несовершенной цивилизации. Здесь мы говорим о туризме и туриндустрии как положительном и важном факторе психофизической и духовно-культурной реабилитации человека в современном обществе, в том числе в форме туризма курортного, культурно-исторического, экологического, сельского и т.д.

Обобщая, сформулируем следующие, на наш взгляд, основные социальные функции туризма во всем многообразии его видов, сложившегося как новый социальный институт современного общества. При этом понятие туризма как социального института, понимаемого нами как устойчивая система связей и ценностей, обеспечивающих устойчивую жизнедеятельность человека и общества, может быть представлена, например, и сложившимся единством государственной политики, производства, разнообразных видов бизнеса, профессии, образования, науки и научных исследований в этой сфере. Каковы же основные социальные функции туризма в современном обществе?

Вот, на наш взгляд, некоторые из них:

- функция психофизической реабилитации;
- информационно-образовательная функция;
- функция духовно-культурного воспитания и культурной реабилитации человека;

- функция экзистенциальной реабилитации человека;
- функция труда и занятости населения;
- инвестиционная функция;
- функция сохранения культурно-исторического наследия стран и народов;
- функция национальной безопасности.

Это означает, что правильно выстроенная профессиональная деятельность в сфере туристической индустрии, несомненно, может стать важным фактором не только экономического развития регионов и стран, имеющих дефицит туристических ресурсов жизни, например для промышленного развития, но и имеющих прекрасные рекреационные ресурсы, способные стать важным фактором реабилитации и развития страждущего человека городской цивилизации, все более оторванного от экзистенциальных свобод человека, от живительной силы природы и культурно-исторического многообразия и целостности человечества. Но туризм – не только фактор реабилитации человека современной цивилизации, а в некотором смысле особенная форма его самозащиты от унифицирующего эксплуатирующего влияния этой современной цивилизации и массовой культуры. Это также важный фактор связи человека и природы, связи времен в исторической жизни человечества.

Туризм не может не рассматриваться нами и как важнейший механизм самоорганизации, самонастраивания современного общества на устойчивое динамичное состояние в условиях многочисленных вызовов, проявляющихся и в системе «человек – человек», и в системе «человек – природа». Одна только проблема жизни человека в городской, урбанизированной, агрессивной унифицирующей среде городской цивилизации, где он по преимуществу заорганизованный отчужденный работник, стоит того, чтобы сказать, что туризм – важнейший фактор человеческой реабилитации в современном обществе.

Туризм, туристическая индустрия как единство многообразной системы профессионально взаимодействующих учреждений в сфере услуг – это не просто объективно возникшая и бурно развивающаяся сфера услуг, сфера бизнеса в единой системе жизнедеятельности современного общества. Это и не просто неотъемлемая функция общества эпохи глобализации, массового производства и массового потребления, но это индустрия, выполняющая важнейшие социальные функции быстро развивающегося, кризисного для человека общества больших перемен, это важнейший фактор реабилитации человека. Выполняя эту важнейшую из функций, туризм выступает в качестве значимого фактора самоорганизации современного индустриально-постиндустриального общества, в котором миллионы людей находятся в непрерывной стрессовой ситу-

ации адаптации к меняющимся условиям и выживания в жесткой конкурентной среде за удобное место под солнцем.

Именно эти люди нуждаются в непрерывной реабилитации и как рабочая сила, и как полноценные личности. Реализация этой важнейшей из функций позволяет говорить о туризме как перспективном врачевателе и канале разрядки негативных эмоций человека, ставшего строительным материалом (своеобразным человеческим инструментом) современной цивилизации, в которой человек все в большей степени становится не субъектом, а объектом внешних целей, ценностей и факторов деятельности. В системе доминирующих товарно-денежных отношений он скорее становится вещью, чем личностью, инструментом, чем целью общественных отношений и деятельности.

В ситуации, когда растут значение и роль индустрии туризма, когда туризм из просто отрасли экономики становится новым социальным институтом общества, значение которого сопоставимо с институтом образования и воспитания, социальные функции туризма имеют важнейшее значение для устойчивого развития этого общества в сложившейся парадигме капитализации, западофикации и потребления. При этом сама индустрия туризма, в силу своего межотраслевого характера, может рассматриваться как система повышенной сложности, и даже гиперсложности. Слишком много взаимосвязей, в которые включена индустрия туризма, влияют на ее стабильное развитие. Среди них такие подсистемы индустрии туризма, как продовольственная, музейная, гостиничная, туроператорская и турагентская, транспортная, подсистема безопасности, природной рекреации, образовательная, профессиональная и другие. В то же время, имея столь много питающих его деятельность подсистем, туризм в современном мире находится и на стыке многих региональных и мировых геополитических интересов и процессов, в том числе геополитических, геоэкономических, геокультурных, геообразовательных, геоэкологических и др. Туризм из просто сферы общественной жизни постепенно превратился в сферу национальной безопасности общества. Его культурное, политическое и экономическое влияние нельзя недооценить.

Вместе с этим гиперсложным состоянием туризм обрел и свою главную проблему – повышенную чувствительность к внешним и внутренним воздействиям природной и социальной среды. Собственно и само понятие гиперсложности характеризует собой состояние ускользающей сложности, сложности, которая до конца не контролируется обществом с рациональной точки зрения. Эта ускользающая сложность может быть зафиксирована в двух формах рисков, связанных с развитием туризма в современном мире. Во-первых, по отношению к процессам

устойчивого развития самой туриндустрии в глобальном мире, во-вторых, с точки зрения зависимости этого мира от развивающегося туризма и влияния развивающегося туризма на окружающий мир. Действительно, все чаще аналитики культуры и экологии, говорят, например, о влиянии туризма на разрушение традиционных культур и укладов народов мира, превращения их в предмет торговли и бизнеса, а также о негативном влиянии туризма на окружающую природную среду. Существуют также экономические и политические риски, когда какое-либо государство, специализируя свою экономику на туриндустрии, невольно оказывается в ситуации чрезмерной зависимости от нее в своем целостном социально-экономическом развитии. Здесь вполне уместно говорить о своеобразном эффекте односторонности и связанной с этим повышенной зависимости от другого, внешнего социально-экономического мира, в ситуации непрекращающейся конкуренции государств за свое устойчивое развитие в мире и стабильный рост благосостояния своих народов.

В ситуации гиперсложности, гипернапряжений современного общества туризм может быть определен как важнейший из модусов глобального общества массового производства и массового потребления. Туриндустрия со временем превратилась в важнейший элемент внешней и внутренней социально-экономической стабильности и устойчивого развития обществ в глобализирующемся мире. Именно в связи с этим туристская отрасль России должна стать не только общенациональным достоянием, но и национально-центристской деятельностью. Отечественный туризм должен повернуть свою доминанту от внешних к внутренним трендам: от выездного к внутреннему и въездному туризму, от финансирования других стран и народов в их борьбе за лучшее место под солнцем, равносильного растрате своего национального богатства, к использованию этого богатства в национальных, а не в не- и наднациональных интересах.

Список литературы

1. Гумилев Л. Н. Этногенез и биосфера Земли. Ленинград: Гидрометиздат. 1990.
2. Моисеев Н. Н. Логика универсального эволюционизма и кооперативность. // Вопросы философии. 1989. №8. С.52-66.
3. Шалаев В. П. Мировоззрение как фактор национальной безопасности в условиях западофикации глобального мира. // Регионология: научно-публицистический журнал. 2008. №3. С. 272-278.
4. Шалаев В. П. Мировоззренческо-образовательная западофикация как угроза инновационной безопасности и инновационному развитию России в глобальном мире (философские заметки). // Проблемы социогуманитарного обес-

печения инновационных процессов на евразийском пространстве / под ред. В. Е. Лепского. М.: «Когито-Центр». 2014. С. 132-144.

5. Шалаев В. П. Глобализация, постмодерн, бифуркационный человек: современные контексты историософской судьбы человека и общества. // Синергетическая парадигма. Социальная синергетика. М.: Прогресс-Традиция. 2009. С. 468-482.

6. Шалаев В. П. Актуальная синергетика: человек и общество в эпоху глобальных трансформаций: монография. Йошкар-Ола: ПГТУ. 2009.

7. Шалаев В. П. Человек и общество в глобализованном мире: метаморфозы, вызовы, перспективы: монография. Йошкар-Ола: ПГТУ. 2015.

8. Шалаева С. Л. Трансформация межпоколенных отношений в условиях современной глобализации. // Конфликтология. 2011. № 1. С. 129-137.

9. Шалаева С. Л. Мир взрослых и мир детства перед вызовами глобального общества. // Регионоведение. 2009. № 2. С.258-263.

10. Шалаева С. Л. Феномен детей индиго: конструирование мифа или реальность префигуративного общества (социально-философский анализ). // Конфликтология. 2014. № 1. С.165-175.

11. Шалаева А. В. Миф как «человекообразующая машина» (опыт философского анализа). // Социальная синергетика и актуальная наука: человек, общество, природа в эпоху глобальных трансформаций: сборник научных трудов / под общ. ред. проф. В. П. Шалаева. Йошкар-Ола: ПГТУ. 2014. С.331-342.

12. <http://www.mk.ru/social/2014/11/18/v-ssha-vyroslo-chislo-rossiyskikh-studentov.html>.

УДК 338.48; 332.14

Полухина А. Н.,

д-р экон. наук, профессор кафедры сервиса и туризма,

Поволжский государственный технологический университет,

г. Йошкар-Ола, Россия, PoluhinaAN@volgatche.net

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА: ЭВОЛЮЦИЯ, ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

В статье рассмотрены теоретико-методологические обоснования разработки и внедрения стратегий развития туризма с точки зрения мировой и российской науки. Описаны основные понятия программно-целевого метода и история его создания в США и в СССР. Автором проанализированы современные общемировые и российские тенденции разработки стратегий развития туризма. Результаты их исследования также представлены в данной статье.

Ключевые слова: стратегия развития туризма, программный подход, кластер, региональная экономика

STRATEGIC TOURISM DEVELOPMENT PROGRAM: EVOLUTION, THEORY AND PRACTICE

The article describes the theoretical and methodological basis of development and implementation of strategies for the development of tourism from the perspective of the global and Russian science. The basic concept of program-target method and the history of its creation in the United States and the Soviet Union. The author of the article analyzes the current global and Russian trends in the development of tourism strategies. The research results are also presented in this article.

Keywords: tourism development strategy, program approach, cluster, regional economy

Особенности устройства российского федеративного государства, специфика территориальной организации экономики, активизация противоречивых процессов регионализации и глобализации привели к усилению дифференциации национального экономического пространства и региональных диспропорций. Туризм является одновременно и видом экономической деятельности, привлекательной для предпринимателей, и способом реализации инициатив местных сообществ. Актуальность исследования обусловлена усилением региональных диспропорций в связи с экономическим кризисом. Существование различных форм предпринимательской активности в рамках отдельных территорий требует специального изучения воздействия факторов среды на развитие экономики региона. Данное исследование особенно важно для регионов с депрессивным уровнем развития экономики, имеющих значительный, хотя и слабо используемый потенциал.

Развитие внутреннего туризма в России сдерживается комплексом экономических, организационных и социально-культурных факторов. Одним из самых значимых является отсутствие в регионе стратегической программы развития туризма либо неэффективность ее реализации. В случае плохо продуманной и слабо организованной политики государственного регулирования регионального туризма даже самые привлекательные местные инициативы не будут воплощены в действительность. В идеальной модели развития туризма должны присутствовать государство, предпринимательские структуры и НКО. Они могут внести существенный вклад в формирование благоприятной для развития туризма социокультурной среды.

Следует обращать пристальное внимание на анализ структуры и особенностей туристских и социально-культурных ресурсов региона как важного фактора динамики развития и модернизации территории. Также необходимо изучать эффективность реализации стратегических программ развития регионов (в аспекте внутреннего туризма), оценить степень эффективности финансовых вложений в туризм в регионах России.

Цель настоящего исследования – анализ принятых и реализуемых программ (стратегий) развития туризма в различных контекстах: теоретико-методологическом и практическом на основе изучения мирового и российского опыта. Столь широкий взгляд на проблему разработки и внедрения стратегий развития туризма необходим для выявления общемировых и общероссийских тенденций функционирования сферы туризма и определения ближайших задач ее модернизации, что особенно актуально в повышении эффективности региональной экономики.

С точки зрения теории, программный подход или программно-целевой подход воплощает обширную методологию решения проблем, возникающих в различных сферах целенаправленной деятельности. Важной характерной чертой программно-целевого подхода к решению сложных социально-экономических проблем является его приспособленность к поиску эффективных, экономичных вариантов проблемных решений. Программно-целевой метод управления служит одним из основных средств осуществления региональной политики и позволяет осуществить эффективное соединение программных целей с путями их достижения, включая механизмы государственного и рыночного регулирования [4]. Главными преимуществами программно-целевого метода являются гибкость и мобильность. Программы – наиболее эффективный способ реализации стратегии социально-экономического, научно-технического, экологического, регионального развития, обеспечивают концентрацию ресурсов в наиболее перспективных и эффективных направлениях развития, помогают преодолевать неизбежно возникающие кризисы и противоречия, обеспечить выход экономики на новый, более высокий уровень.

Понятие программного подхода непосредственным образом связано с понятием стратегии управления, потому что конкретным выражением программно-целевого подхода является разработка стратегии управления. Стратегическое управление традиционно связывают с научными школами США, разрабатывавшими вопросы стратегического менеджмента раньше, чем другие страны. При этом следует заметить, что в области долгосрочного планирования неоспорим приоритет СССР, однако долгосрочное и стратегическое планирование имеют принципиальные отличия.

Один из наиболее известных специалистов в области стратегического управления Г. Минцберг в работе, написанной совместно с Б. Альстрендом и Дж. Лэмпелом [3], обнаруживает десять различных точек зрения на предмет стратегического управления, разработанных в США, большинство из которых получило отражение в практическом менеджменте. Наибольшее внимание основаниям стратегического управле-

ния из американских авторов, занимавшихся этим вопросом, уделял И. Ансофф [2], выделивший стратегическое управление как особый вид управленческого мышления и деятельности, созданный и применяемый в связи с нарастанием динамичности, вплоть до непредсказуемости, среды, в которой функционирует и развивается объект управления.

Следует отметить, что в те же годы в СССР школой системомыслительной (СМД) методологии Г. П. Щедровицкого [6] были сформулированы идеи программного подхода к управлению развитием, опирающиеся на те же факторы среды и, в принципе, близкие к идеям стратегического управления И. Ансоффа. Согласно СМД-подходу, стратегическое управление относится к процессам развития и может быть реализовано в рамках двух различных подходов: проектно-планового или программного. Полагаем, что в сфере туризма программный подход при разработке стратегий реализуется в полной мере. Большинство исследователей солидарны в том, что специфику сферы туризма лучше всего отражает модель кластера.

Существует несколько определений понятия «кластер» и достаточно большой опыт развития «кластерной» экономики во многих странах. По определению создателя теории кластера американского профессора М. Портера, кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний (поставщики, производители и др.) и связанных с ними организаций (образовательные заведения, органы государственного управления, инфраструктурные компании), действующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга [5, с. 207]. Для экономики государства кластеры выполняют роль «точек роста» внутреннего рынка. Особенности кластеров по сравнению с другими формами организации заключаются в следующем:

- необычно широкий состав участников;
- географический размер кластера может варьировать от масштаба города до уровня страны или группы соседних стран;
- наличие синергетического эффекта;
- гибкость и динамичность функционирования;
- конкурирующие фирмы идут на сотрудничество в целях реализации потенциала территории и ее конкурентных преимуществ.

По мнению А. Ю. Александровой, наиболее известные особенности туризма: широта межотраслевых связей, фрагментарная структура, преобладание малого и среднего бизнеса, нематериальный характер туристского продукта и другие придают особую актуальность применению кластерного подхода к развитию туризма [1, с. 52].

В теории М. Портера присутствует такое понятие, как «система накопления стоимости» или «value system» [5, с.88]. А. Ю. Александрова

интерпретирует данное понятие как классическое определение добавленной стоимости, т.е. части стоимости товаров или услуг, приращенной непосредственно на данном предприятии или фирме [1, с.53]. В туристском кластере система накопления стоимости включает 4 типа цепочек добавленной стоимости поставщиков: транспортных компаний, средств размещения и развлечений, каналов сбыта туристских продуктов и самих туристов. По данным Всемирной туристской организации, во время 7-дневного пребывания туриста в туристском центре работает от 10 до 20 цепочек, в которых задействовано 30-50 различных фирм [7, с. 71].

Кластеры образуются и функционируют на принципах государственно-частного партнерства. Государство играет важную роль в процессе формирования и развития туристского кластера, особенно на начальном этапе. Но должно осуществлять это в тесном контакте с туристским бизнесом. Государство помогает развитию кластерных инициатив на местах путем создания платформы для диалога разных акторов кластера, повышения квалификации местной рабочей силы через реализацию программ дополнительного образования и переподготовки кадров, создания бренда региона для привлечения иностранных посетителей [1, с. 56].

Обобщая, можно сказать, что различные направления деятельности региональных и локальных кластеров включаются в одну из четырех обширных групп: сети и партнерство; характеристики рабочей силы; инновации и НИОКР; показатели хозяйственной деятельности предприятия. Первые три группы характеризуют возможности успешной деятельности кластера, которая является результирующей. Именно на основе изменений в занятости населения, динамике количества фирм в составе кластера и их прибыльности, инвестиционной привлекательности можно судить об успехе кластерной инициативы.

Разработка стратегического плана туризма является определением стратегических приоритетов и направлений, которые выявлены заинтересованными сторонами для планирования, разработки, управления и маркетинга в регионе. Стратегический план управления сферой туризма является существенным для долгосрочного успеха в развитии туризма.

Вопросы разработки стратегии развития туризма для стран и регионов мира рассматриваются ВТО (Всемирной туристской организацией) – World Tourism Organization (UNWTO). На сайте организации представлена краткая инструкция, как разработать стратегию развития туризма. Целью стратегической программы определено следующее: сформулировать основу долгосрочного развития для туризма (10-20 лет) с акцентом на политику и стратегии, планирование, институциональное укрепление законодательства и регулирования, развитие продукции и ее

диверсификация, маркетинг и продвижение, туристическая инфраструктура и надстройка, экономическое воздействие туризма и инвестиции в туризм, развитие человеческого ресурса и социально-культурных и экологических последствий туризма. Программа включает в себя план действий на три года по приоритетным направлениям, которые будут предприняты для старта устойчивого развития туризма, а также подготовку нескольких демонстрационных проектов в пилотных районах.

На сайте ВТО представлен поэтапный план реализации стратегии развития туризма, включающий 3 этапа:

1 этап – формулировка миссии проекта, разработка сценария программы, далее, проекта документа, разработка мастер-плана (итогового документа);

2 этап – мастер-план должен содержать планы действий для каждого сектора туристской индустрии в регионе, определять обязанности заинтересованных сторон, сроки, ориентировочные бюджеты, критерии эффективности и контрольные сроки. Определены следующие сектора туристской индустрии: транспорт, размещение, туристская деятельность, разработка продукта, зонирование туризма, маркетинг и продвижение, институциональные рамки, статистика и исследования, законодательство и государственное регулирование, стандарты качества услуг;

3 этап – реализация мастер-плана будет проводиться посредством предоставления технической помощи и финансирования (определенная часть, до 150 тысяч евро) со стороны ВТО.

Отмечено, что стратегические планы могут быть составлены не только для развития сферы туризма страны в целом, но и по определенным направлениям туризма, таким как сельский туризм, туризм локальных сообществ, горный туризм, прибрежный туризм, экотуризм, спа-туризм [8].

Нами были проанализированы стратегии и планы развития туризма стран Европы, Америки, Австралии, Азии, Африки и Тихоокеанского региона. Можно сделать ряд выводов. Во-первых, абсолютное большинство документов было разработано и введено в действие в последнее десятилетие. Небольшое количество стран, развивающих сегодня туризм на государственном уровне, имеет длительный период действия программного подхода к определению задач сферы туризма. Это свидетельствует о том, что сфера туризма начинает выходить на ключевые позиции в экономике стран сравнительно недавно: на рубеже веков и по настоящее время.

Во-вторых, ряд рассмотренных стратегий развития туризма отличает детальный продуманный подход к реализации намеченных планов, ряд

программ носят декларативный характер. Но практически везде можно отметить уровень государственной поддержки данной деятельности.

В-третьих, ряд стран имеют стратегии развития не только на национальном уровне, но и на региональном и муниципальном. Причем последние отличаются большей продуманностью деталей.

В-четвертых, далеко не все программы имеют финансовую часть, что делает проблемной задачу их реализации. Ряд стратегий претендуют на достижение амбициозных целей, но показатели инвестирования либо отсутствуют, либо не совсем реальны. В целом можно заключить, что разработка и внедрение стратегий развития туризма – это общий мировой тренд последнего десятилетия.

Обратимся к ситуации в России. В настоящее время в Российской Федерации уделяется большое внимание развитию сферы внутреннего и въездного туризма, поэтому в 2014 г. была утверждена Стратегия развития туризма в РФ на период до 2020 г. Данная Стратегия является составной частью Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 г., утвержденной распоряжением Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. № 1662-р, и соотнесена с задачами государственной программы РФ «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 гг.

Лидерами въездного туризма в РФ остаются регионы: Москва, Санкт-Петербург, Казань, города Золотого Кольца. Привлекательны регионы Сибири и Дальнего Востока, особенно озеро Байкал. Факторами привлечения туристов в Россию послужили такие знаковые мероприятия, как XXII Олимпийские зимние игры и XI Паралимпийские зимние игры 2014 года в г. Сочи, XXVII Всемирная летняя универсиада 2013 года в г. Казани. Считается, что и планируемые мероприятия положительно повлияют на решение туристов их посетить: Кубок конфедераций FIFA 2017 года, чемпионат мира по футболу FIFA 2018 года и XXIX Всемирную зимнюю универсиаду 2019 года в г. Красноярске. Это позволит «открыть для туризма» новые регионы России.

Особо отметим проблемы, которые тормозят развитие сферы туризма в России, названные в государственной Стратегии. Первой по степени важности проблемой названы высокие цены как для международного туриста, особенно из Европы, так и для российских граждан внутри страны. Вторая проблема – недостаточно комфортная туристская среда (недостаток знаков туристской навигации, разрозненность информационных ресурсов о туристских региональных программах, неудобный график работы объектов туристского показа), отсутствие возможности бронирования и покупки билетов в музеи через Интернет. Третья проблема – недостаток гостиниц и аналогичных средств размещения.

Следует отметить, что многие регионы России имеют принятые и введенные в действие программы или стратегии развития туризма. Подобные документы принимаются и на уровне муниципалитетов. Большинство субъектов РФ сегодня понимают и признают значение разработки и внедрения программ развития туризма, но многие проекты сосредоточены в Центральном округе, Северо-Западном и Приволжском, а также вокруг известных ранее туристских объектов Сибири и Дальнего Востока. К сожалению, практически не возникает новых локальных центров туризма, хотя туристский потенциал России значителен.

Концепция кластера приобретает еще большее значение с принятием Стратегии развития туризма в РФ до 2020 г. На сайте Федерального агентства по туризму размещена карта распределения действующих и проектируемых туристских кластеров в России. Синим цветом отмечены реализуемые объекты, а желтым – проектируемые. Наибольшее количество проектов расположено вокруг Москвы (Золотое кольцо), Северо-Запад (Вологодская область, Череповец), Запад (Новгород, Псков), Краснодарский край, регионы Северного Кавказа, Центральная Россия (Тамбов, Рязань, Орел), Алтайский край, район Байкала, Дальний Восток (Хабаровск), Сибирский (Чита). В ПФО на сегодняшний день реализуются или готовятся к реализации (исходя из информации на официальном сайте Федерального агентства по туризму) 7 кластеров. Любопытно отметить, что 2 из них реализуются в Республике Марий Эл, что свидетельствует о новой позитивной оценке сферы туризма в Республике Марий Эл.

Подведем итоги. При разработке стратегий развития сферы туризма необходимо использовать программный подход, где стратегия понимается как совокупность оснований для выбора целей, задач и средств для любого этапа программы, диктующих, как должны быть реализованы концептуальные положения в зависимости от фактически сложившейся ситуации на момент начала каждого этапа.

Мы разделяем точку зрения ряда современных исследователей сферы туризма о том, что необходимо на уровне субъектов Российской Федерации выстраивать пространственную модель кластерной организации сферы туризма на основании определения территорий, обладающих уникальным природно-рекреационным и историко-культурным потенциалом. Данные территории могут рассматриваться как места для реализации кластерных туристских инициатив и формирования локальных туристских кластеров. Система локальных туристских кластеров субъекта РФ при условии координации их деятельности и с учетом возможности создания совместного турпродукта должна образовывать региональный туристский кластер, отличающийся большей сложностью состава и выполняемых

функций (централизованная система подготовки туристских кадров, стандартизация услуг, создание и продвижение единого туристского бренда, на который будут работать все участники, проектирование туристских объектов и коммуникаций, разработка экологической туристской политики и стандартов и др.). Частью государственной стратегии повышения конкурентоспособности России в сфере туризма должна стать государственная поддержка кластерных инициатив.

Список литературы

1. Александрова А. Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования // Современные проблемы сервиса и туризма. 2007. № 1. С. 51-61.
2. Ансофф И. Стратегическое управление / Пер. с англ. М.: Экономика, 1989. 358 с.
3. Минцберг Г., Альстренд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента / под общ. ред. Ю. Каптуревского. СПб.: Питер, 2002. 330 с.
4. Серебрякова Л. А. Проблемы программно-целевого планирования развития регионов. // Вестник СевКавГТУ, Серия «Экономика». 2000. № 2 (13).
5. Портер М. Конкуренция. М., 2001. С. 207.
6. Щедровицкий Г. П. ОРУ (1): Оргуправленческое мышление: идеология, методология, технология: курс лекций / из архива Г. П. Щедровицкого. Т. 4. М., 2000. 382 с.
7. Public-Private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness | World Tourism Organization Business Counsel. Madrid, WTO, 2000. P.71.
8. World Tourism Organization [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cooperation.unwto.org/technical-product/tourism-development-master-plans-and-strategic-development-plans>.

УДК 331.108.26

Шерешева М. Ю.,

д-р экон. наук, проф. кафедры прикладной институциональной экономики,
Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова,
директор Центра исследований сетевой экономики,
г. Москва, Россия, m.sheresheva@mail.ru

СЕТИ В ТУРИЗМЕ

В статье рассмотрена возможность использования преимуществ сетевого взаимодействия в решении задач развития внутреннего и въездного туризма в России. Несмотря на целый ряд сложностей, связанных с несовершенством существующей инфраструктуры туризма и особенностями институциональной сре-

ды, имеется ряд секторов туристического бизнеса, где сетевое взаимодействие может служить основой успешного развития.

Ключевые слова: сети, туризм, взаимоотношения, дестинация.

NETWORKS IN TOURISM

The article considers the possibility of using advantages of networking in addressing the challenges of domestic and inbound tourism development in Russia. Despite a number of difficulties due to imperfect tourism infrastructure and institutional environment specifics, there are a number of areas in the tourism business, where networking can serve as a basis of successful development.

Keywords: networks, tourism, relationships, destination.

Экономика XXI века ставит новые задачи и перед исследователями, и перед практиками бизнеса. Борьба за долгосрочную конкурентоспособность на современных рынках, как правило, связана с необходимостью формирования устойчивых партнерств и сетей долгосрочного сотрудничества между множеством агентов рынка, вовлеченных в создание продуктов и услуг [8; 16]. Это связано с тем, что одно из главных условий успеха современной компании – создание ценности для потребителя, способность формировать комплекс впечатлений, «производить» запоминающиеся события для своих клиентов. Ведь потребителям по-настоящему ценно получить не обезличенный товар или стандартную услугу, а то, что «создано специально для них» и соответствует их внутреннему миру и их ценностям [20].

Чтобы стать «режиссером впечатлений», требуются совместные усилия компании, ее клиентов и партнеров, а зачастую и многих других заинтересованных сторон. Поэтому последние десятилетия на мировых рынках резко возросла роль сетей и взаимоотношений, особенно в тех секторах, где «покупают и продают впечатления». В туризме и гостеприимстве, в сфере развлечений возникают сети и целые экосистемы бизнеса, основанные на использовании современных информационных технологий и новых бизнес-моделей [5; 21]. Благодаря кооперационным соглашениям, которые заключаются с целью соединения ресурсов и фирменно-специфических возможностей, производимый продукт или услуга превращаются в объединенный продукт нескольких экономических агентов, каждый из которых концентрируется на определенных действиях [11].

В научных исследованиях также растет интерес к вопросам, касающимся формирования сетей и управления сетевым взаимодействием в туризме [2; 5; 22]. Значительное число публикаций посвящено вопросам развития международных гостиничных сетей, сетевого взаимодействия авиакомпаний, туроператоров и турагентов, в том числе в рамках глобальных систем дистрибуции (global distribution system – GDS) и электронных систем бронирования (computer reservations system – CRS), обеспечивающих взаимодействие разных агентов рынка в режиме реального времени [19].

Следует подчеркнуть, что особенно явно исследовательский интерес проявляется при изучении сетей туристских дестинаций [12; 14; 18], поскольку именно туристическая дестинация признается ключевой единицей анализа для понимания всей туристической системы в целом.

Согласно определению Всемирной организации туризма, дестинация – «физическое пространство, в котором посетитель проводит как минимум одни сутки с ночёвкой. Оно включает туристические продукты, такие как вспомогательные услуги, привлекательные объекты и туристические ресурсы в рамках однодневной поездки туда и обратно... Локальные дестинации включают разных стейкхолдеров, зачастую и «сообщество хозяев» (host community), и могут, в свою очередь, соединяться в сеть и образовывать более крупную дестинацию» [23, с. 8].

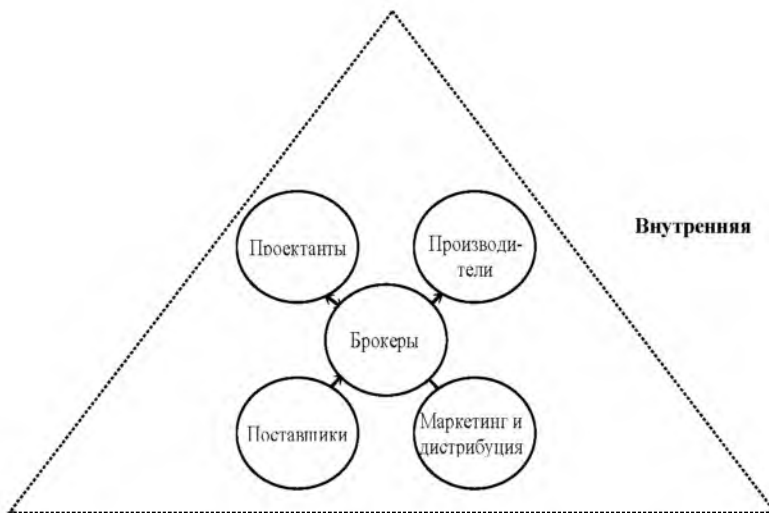
То есть, туристскую дестинацию можно рассматривать как сеть специализированных компаний, организаций и сообществ, сконцентрированных на ограниченной географической территории. Методы сетевого анализа дают возможность изучить сложные сети взаимоотношений, а это, в свою очередь, может позволить менеджерам туристической организации улучшить информационный поток и воспользоваться теми возможностями, где этот поток имеет решающее влияние на управление и бизнес [12].

Прежде чем рассматривать примеры сетей, наиболее широко распространенных в современном туризме, следует отметить, что существует значительное число типов сетей, каждый из которых обладает преимуществами и недостатками с точки зрения возможности использования их в тех или иных сферах туризма и гостеприимства.

Сетевые структуры могут быть как внутрифирменными, так и межфирменными, и представляют собой переплетение формальных и неформальных взаимоотношений [11]. При этом они различны по степени стабильности (см. рисунок).



Стабильная



Внутренняя

Типология сетей Майлза-Сноу (начало) [11, с.139]



Динамическая

Типология сетей Майлза-Сноу (окончание) [11, с.139]

На наш взгляд, имеет смысл, помимо указанных выше критериев, использовать более широкий набор критериев и на их основе выделить пять основных типов межфирменных сетей [5]:

- *стратегические альянсы*, которые состоят, как правило, из крупных компаний и отличаются стабильностью, закрытостью и отсутствием внутренней конкуренции;
- *цепочки (сети) создания ценности* – стабильные полицентрические сети с закрытым входом и конкуренцией между участниками;
- *фокальные сети поставок* – стабильные сети, в которых доминирует один (сильнейший) партнер;
- *динамические фокальные сети*, которые отличаются от фокальных сетей поставок отсутствием стабильности, при наличии внутренней конкуренции и открытого входа в сеть для аутсайдеров;
- *виртуальные организации*, состоящие из малых и средних фирм, кооперирующихся в рамках единой виртуальной платформы для взаимного обучения и достижения целей, непосильных для каждого из участников в силу их размера и ограниченности ресурсов.

Выгоды от создания стратегических альянсов хорошо прослеживаются на примере авиаперевозок – важного сектора с точки зрения развития глобального туристического рынка. В результате нарастающей

глобализации в конце прошлого века авиаперевозчики столкнулись с необходимостью представить на рынок сетевые предложения, оказавшиеся не под силу даже крупным компаниям. Те авиаперевозчики, которые ответили на этот вызов, образовав стратегические альянсы, существенно выиграли по сравнению с конкурентами, действующими в одиночку. Например, когда в 1996 году образовался альянс SAS и Lufthansa, обе компании очень быстро интегрировали системы движения багажа и регистрации билетов в аэропортах, ввели программы зачета накопленных пассажиром миль на рейсах каждого из перевозчиков, сделали рейсы взаимодополняющими, создав удобства при планировании дальних полетов с пересадками в разных странах. Было устранено дублирование многих функций, особенно при совместном использовании площадей в аэропортах [11, с. 170]. Стратегические альянсы дают возможность соединить ресурсы без финансового слияния или переплетения партнеров приспособлять продукты и процессы к политическим и культурным различиям разных регионов и предлагать интегрированный и постоянно обновляемый продукт, способный удовлетворить разные запросы потребителей к размерам сети, скорости трансфера, качеству услуг и признанию статуса клиента [13]. Глобальные альянсы, как правило, включают соглашения code-sharing, состыковку расписания рейсов, общие офисы продажи билетов, а также совместные программы для часто летающих пассажиров¹. Кроме того, как уже отмечено, важную роль начинают играть глобальные системы дистрибуции и электронные системы бронирования. Эти системы дают возможность путешественникам или турагентствам планировать единый маршрут, состоящий из авиасегментов нескольких авиалиний, обеспечивающих комфортный перелет по практически любым, даже достаточно сложным направлениям, а также поиск услуг гостиниц, ресторанов, проката автомобилей и т.п. Это существенно меняет степень доступности (и соответственно привлекательности) целого ряда направлений, меняя картину глобальных перемещений туристов.

В гостиничном бизнесе, помимо преимуществ встроенности в глобальные системы дистрибуции, сетевая форма ведения бизнеса признана и исследователями, и практиками одним из лучших способов формирования узнаваемого имиджа и унифицированного продукта. Гостиничные предприятия объединяются в сети с целью развития и передачи друг другу новых компетенций, что сопровождается созданием ключе-

¹ Как правило, для вступления в глобальный альянс от авиакомпаний требуется наличие собственного терминала в аэропорту базирования, в котором авиаперевозчик сможет обеспечить требуемый в рамках глобального альянса уровень сервиса для пассажиров и грузополучателей [9].

вых факторов конкурентоспособности гостиничной сети и отношенческих рент [10]. Благодаря наличию сети входящие в нее гостиницы могут более эффективно использовать как возможности внешней среды, так и внутренние ресурсы, быстрее формировать ключевые компетенции и комбинировать комплементарные активы. Все это дает широкие возможности для создания качественного гостиничного продукта и гибкой реакции на новые запросы рынка. За счет интенсивного обмена опытом и лучшими практиками между предприятиями сети потребителю гарантировано высокое качество стандартизированной услуги, и это позволяет быстро развивать бизнес на новых рынках, опираясь на лояльность клиентской базы [15; 17].

С учетом серьезных проблем, связанных с неразвитой инфраструктурой российского туристического рынка, именно сети гостиниц могут способствовать стать катализатором развития внутреннего и въездного туризма. В настоящее время уже примерно 66% гостиничного рынка распределено между четырьмя крупнейшими международными операторами: The Carlson Rezidor Hotel Group (28%), Accor (14%), InterContinental Hotels Group (13%) и Marriott International (11%). Эти операторы проявляют активность и в освоении российских регионов, действуя в основном в верхних ценовых сегментах. Помимо гостиниц, под брендами международных гостиничных сетей в России работают и национальные гостиничные сети, крупнейшей из которых является сеть Azimut Hotels. Активно развиваются также такие сети, как Amaks Hotels&Resorts, Intourist Hotels Group, Cronwell Hotels&Resorts, Korston Hotels и другие.

Российские гостиничные сети, за исключением самых крупных из них, объединяют во многих случаях небольшие объекты категории 2*-3*, расположенные в небольших городах и регионах России. В последние годы стали также появляться российские сети, объединяющие небольшие бюджетные отели, отели для отдыха, в том числе семейного, и пр. Одной из важных тенденций в мировом гостиничном бизнесе, которая получает развитие и в России, является организация апарт-отелей, развитие сетей мини-отелей и хостелов. По данным, озвученным на слушаниях в Общественной палате Москвы, «рынок недорогих мест для краткосрочного проживания граждан стремительно развивается: на сегодняшний день в России функционируют около 700 хостелов – это в 4 раза больше, чем пару лет назад». По некоторым оценкам, хостелы со средним количеством проживающих 30 человек могут предоставить места для 400 тыс. человек в год². Все это позволяет в ближайшем бу-

² Вестник РГА. 2014. № 10 (57).

дущем рассчитывать на создание приемлемой инфраструктуры размещения для туристов разных целевых групп.

В заключительной части статьи мы считаем целесообразным уделить внимание наиболее сложным сетевым структурам – экосистемам бизнеса и кластерам, включающим не только компании, но и другие организации. Именно это направление развития привлекает наибольшее внимание как бизнеса и государства, так и научного сообщества.

Понятие «кластер» в индустрии туризма подразумевает сосредоточение в рамках ограниченной территории взаимосвязанных предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами [6]. Являясь одной из наиболее перспективных моделей организации и управления в современном туризме, кластер позволяет добиться эффекта синергии за счет совместного использования ресурсов, единой инфраструктуры и согласования стратегий, а также за счет единой маркетинговой политики, создающей привлекательный имидж региона [1; 3]. В то же время преимущества не гарантированы изначально, для их получения требуются специфические управленческие компетенции, обеспечивающие учет интересов, согласование стратегий и координация совместной деятельности участников.

Для российских туристских кластеров, которые находятся на начальной стадии развития, наиболее важными факторами являются доступность ресурсов, наличие достаточного числа подходящих потенциальных партнеров, поставщиков, квалифицированной рабочей силы, первоначальной научно-образовательной базы, налоговых льгот. На этой стадии кластер еще нуждается в поддержке со стороны местных администраций, выражающейся в создании благоприятных условий для развития предприятий, действующих как в основной сфере специализации кластера, так и в сопутствующих областях бизнеса. Важна и косвенная поддержка, выражающаяся в стимулировании научных исследований, образовательных инициатив и маркетинговой поддержке, нацеленной на создание привлекательного имиджа территории. В дальнейшем рост объема и необходимого разнообразия предлагаемых товаров и услуг, возникновение инноваций и новых комбинаций ресурсов обеспечивают переход кластера на следующие стадии, где он меньше нуждается в стимулирующих действиях государственных структур.

Пока же развитие туристических кластеров в России требует целенаправленной поддержки. Она может выражаться либо в создании комплекса условий для постепенного эволюционного развития (как правило, это делается на уровне местных администраций), либо в инициировании крупномасштабных проектов (Универсиада в Казани, Олимпий-

ские игры в Сочи, Чемпионат мира по футболу), позволяющих в короткие сроки развернуть строительство туристских центров и объектов.

В настоящее время в Российской Федерации реализуется две модели создания туристских кластеров. Первая модель реализуется Федеральным агентством по туризму (Ростуризм) в рамках Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)». Она нацелена на создание современной инфраструктуры, рассчитанной на прием туристов. В настоящее время реализуется 35 инвестиционных проектов в 25 субъектах Российской Федерации [7]. Вторая модель реализуется Министерством экономического развития РФ через региональные Центры кластерного развития в рамках программ поддержки малого и среднего предпринимательства [4]. В этом случае акцент сделан на взаимодействие компаний, занимающихся разработкой, производством, продвижением и реализацией туристского продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами.

И в том, и в другом случаях есть значительные проблемы, которые могут задержать развитие туристских кластеров. Среди этих проблем главное место занимает отсутствие адекватной транспортной инфраструктуры (аэропортов, транспортных магистралей, «цивилизованного» транспортного обслуживания), коммуникационно-информационной инфраструктуры, а также достаточного числа поставщиков «сопутствующих» услуг, без которых невозможно комплексное развитие кластера.

Часть этих проблем требует решения на федеральном уровне. Сюда относятся развитие всех видов транспортного сообщения, от авиаперевозок до такси; снижение тарифов на авиа- и железнодорожные перевозки; упрощение визового режима (для въездного туризма), предоставление преференций предприятиям сферы туризма и гостеприимства. Мониторинг и обеспечение соблюдения законодательства в области туризма, защита прав и интересов туристов, обеспечение их безопасности также в значительной степени являются общегосударственными задачами. Решение множества других проблем в значительной степени достижимо при правильно выстроенных программах регионального уровня. В первую очередь это касается стимулирования развития «сопряженных» секторов сферы гостеприимства, мер по развитию научно-образовательной и культурной составляющих, по формированию имиджа региона.

Таким образом, можно говорить о том, что сетевой подход имеет большие перспективы в сфере туризма, однако развитие сетевого взаимодействия в туризме сопряжено с целым рядом проблем и требует внимания государства, прежде всего в части формирования четких «правил игры» и благоприятных условий для развития бизнеса.

Список литературы

1. Апинов С. А. Учет синергетических эффектов при интеграции в индустрии туризма // *Успехи современного естествознания*. 2005. № 3. С. 52-53.
2. Баджо Р., Шерешева М. Ю. Сетевой подход в экономике и управлении: междисциплинарный характер // *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика*. 2014. № 2. С. 3-21.
3. Владимиров Ю. Л., Шерешева М. Ю. Кластеры как основа роста конкурентоспособности на мировых рынках: пример винодельческой отрасли // *Журнал социологии и социальной антропологии*, 2012. Т. XV. № 5 (58). С. 211-226.
4. Методические рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации: утв. Минэкономразвития РФ 26.12.2008 № 20615-ак/д19 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://economy.gov.ru> (Проверено 23.09.2015).
5. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса / под науч. ред. М. Ю. Шерешевой. М.: ИД Высшей школы экономики, 2014. 448 с.
6. Николаева Л. А. Кластерный подход к оценке потенциальных точек роста инновационной инфраструктуры региона // *Проблемы современной экономики*. 2008. № 3. С. 27.
7. О развитии туризма в Российской Федерации: доклад к заседанию Государственного совета Российской Федерации, 2015 [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.c-inform.info/userdata/files/ доклад О развитии туризма в РФ.pdf](http://www.c-inform.info/userdata/files/доклад_О_развитии_туризма_в_РФ.pdf) (дата обращения 12.11.2015)
8. Сетевой бизнес и кластерные технологии / науч. ред. В. П. Третьяк, М. Ю. Шерешева. М.: ИД Высшей школы экономики, 2011.
9. Скрыльникова Н. Рынок гражданской авиации в России: формальные и неформальные взаимодействия акторов // *Экономическая социология*. 2007. Т. 8. № 5. С. 94-126.
10. Шемракова В. Н. Международные гостиничные сети: закономерности возникновения сетевой формы организации и базовые бизнес-модели // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8, Менеджмент*. 2007. № 3. С. 83-111.
11. Шерешева М. Ю. Формы сетевого взаимодействия компаний. М.: ИД ГУ-ВШЭ, 2010. 335 с.
12. Шерешева М. Ю., Баджо Р. Сетевой подход в изучении туристских дестинаций: новые тенденции // *Инициативы XXI века*. 2014. № 2. С. 58-63.
13. Albers S., Koch B., Ruff C. Strategic alliances between airlines and airports-theoretical assessment and practical evidence // *Journal of Air Transport Management*. 2005. Vol.11. №. 2. P. 49-58.
14. Baggio R., Scott N., Cooper C. Network Science – A Review Focused on Tourism // *Annals of Tourism Research*. 2010. Vol. 37. №. 3. P. 802-827.
15. Balaeva O., Burnatseva E., Predvoditeleva M., Sheresheva M., Tretyak, O. Network Strategies of Hospitality Companies in Emerging and Transitory Economies: Evidence from Russia. In N.Delener (Ed.), *Service Science Research, Strategy and Innovation: Dynamic Knowledge Management Methods*. IGI Global, Hershey, Pennsylvania (USA), 2012. P. 519-546.

16. Borgatti S. P., Foster P. C. The Network Paradigm in Organizational Research: A Review and Typology // Journal of Management. 2003. Vol. 29. № 6. P. 991-1013.

17. Chen J. J., Dimou I. Expansion strategy of international hotel firms // Journal of Business Research. 2005. Vol. 58. № 12. P. 1730-1740.

18. Dredge D. Networks, Conflict and Collaborative Communities // Journal of Sustainable Tourism. 2006. Vol. 14. № 6. P. 562-581.

19. Loureiro A. Did the context of economic crisis affect the image of Portugal as a tourist destination? The GDS's perspective // Worldwide Hospitality and Tourism Themes. 2014. Vol. 6. № 5. P. 466-469.

20. Pine B. J., Gilmore J. H. The experience economy. Harvard Business Press, 2011.

21. Presenza A., Cipollina M. Analyzing tourism stakeholders networks // Tourism Review. 2010. Vol. 65. № 4. P. 17-30.

22. Volgger M., Pechlaner H. Governing networks in tourism: what have we achieved, what is still to be done and learned? // Tourism Review. 2015. Vol. 70. № 4. P. 298-312.

23. World Tourism Organization. Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook. Madrid, 2004.

УДК 338.467

Бунаков О. А.

канд. экон. наук, старший преподаватель кафедры сервиса и туризма,
Казанский (Приволжский) федеральный университет,
г. Казань, Россия, oleg-bunakov@mail.ru

АНАЛИЗ СДЕРЖИВАЮЩИХ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ

Автором предпринята попытка анализа сдерживающих факторов развития внутреннего туризма в России. В статье раскрывается необходимость активного продвижения отечественного турпродукта для выхода его на качественно новый уровень и значительного увеличения турпотока.

Ключевые слова: туризм, внутренний туризм, факторы развития.

THE ANALYSIS OF LIMITING FACTORS OF THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN RUSSIA

The author made an attempt of the analysis of limiting factors of development of internal tourism in Russia. In article need of active advance of a domestic tourist's product for its exit to qualitatively new level and significant increase in a tourist's stream reveals.

Keywords: tourism, internal tourism, development factors.

Туризм является важным источником поступлений в казну государства. По уровню доходов туризм уступает лишь нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению. Во многих странах эта индустрия является основным источником дохода. В России влияние туристской индустрии на экономику страны пока незначительно. Однако мы можем наблюдать положительную динамику как въездного, так и внутреннего туризма. Особенно сильно рост этих показателей наблюдается в 2014 году.

Россия как крупнейшая по территории страна мира обладает уникальными туристско-рекреационными ресурсами. Каждый федеральный округ РФ имеет огромный потенциал для развития различных видов туризма, однако не везде этот потенциал используется в полной мере.

Россия, наверное, единственная страна, где возможно удовлетворение любой цели туриста. Туристский потенциал страны не ограничен только наличием культурно-исторических ценностей, здесь можно полюбоваться на первозданную природу Дальнего Востока, вулканы и гейзеры Камчатки, насладиться пляжным отдыхом на курортах Краснодарского края, пройти курс лечения на бальнеологических курортах мирового значения, исследовать горнолыжные трассы и многое другое. Туризм в России мог бы стать ведущей отраслью экономики – при соответствующем качестве туристской инфраструктуры, высоком уровне сервиса и рациональном использовании туристского потенциала в каждом регионе РФ. Пока Москва, Санкт-Петербург и Сочи являются основными направлениями иностранных туристов [1].

Большое влияние на уровень развития туристской инфраструктуры оказывает событийный туризм. После проведения Олимпиады туристская инфраструктура Сочи стала соответствовать высоким международным стандартам, летняя Универсиада в Казани значительно улучшила состояние этой сферы, к проведению футбольного мирового чемпионата 2018 года гостиницы в 11 принимающих российских городах должны будут пройти обязательную классификацию.

Главной проблемой внутреннего туризма является слишком дорогой отдых в собственной стране. Это касается и высоких цен на проживание в гостиницах, и дорогой авиаперевозки. Данная проблема способствует популяризации отдыха российских граждан в Турции, Египте, Тунисе, Греции, где уровень сервиса, как правило, превосходит тот, что могут предложить курорты Краснодарского края, причем цены из-за жесточайшей конкуренции туроператоров там порой кричаще низкие [2, с. 132].

Решение данной проблемы может заключаться в пересмотре тарифов на внутренние авиаперевозки, а также формирование турпакетов по

образу создания зарубежных туров, что должно удешевить в целом стоимость тура [3].

Опросы ВЦИОМ за последние 5 лет показывают, что число отдыхающих на Черноморском побережье не растет – оно стабильно составляет 7% россиян. Ситуация начала меняться только в 2015 году, когда экономические санкции и высокий курс иностранной валюты заставили россиян вспомнить о курортах Черного моря. Безусловно, 2015 год стал также первым годом, когда в Крым снова активно поехали наши граждане [4].

Так, стоимость размещения 1 человека в 3-звездочной гостинице с трехразовым питанием в Сочи 4000 руб. в сутки, таким образом, стоимость размещения на 10 дней составит 40 тыс. рублей, в то время как стоимость размещения в 4* отеле «все включено» в Тунисе на 10 дней составит в среднем 20 тыс. рублей на человека (см. таблицу).

Сравнительная таблица стоимости размещения в гостинице на 10 дней

Показатель	Сочи	Тунис
Условия размещения	3* гостиница, трехразовое питание	4* гостиница, «все включено»
Стоимость размещения на человека (10 дней), руб.	40000	20000

Очевидно, что необходимо активно продвигать туристский продукт как внутри страны, так и на международной арене. Следует активно развивать туристскую индустрию в регионах, разрабатывать и предлагать новые турпродукты, совершенствовать качество сервиса и непременно предлагать качественные услуги по размещению, которые будут соответствовать высоким международным стандартам. Интерес россиян к собственной стране в 2014 году, безусловно, вырос, и необходимо эффективно использовать такую благоприятную тенденцию, предлагая россиянам выгодные турпакеты и дешевые тарифы на внутренние перевозки.

Индустрия туризма в России стала активно развиваться сравнительно недавно. Однако мы видим, что наша страна обладает огромным туристическим потенциалом и эта сфера может приносить значительный доход в экономику страны.

Россия – уникальная страна, которая сочетает в себе богатое историческое и культурное наследие, уникальные природно-климатические ресурсы, многообразие национальных традиций. Несмотря на это туристский потенциал используется в субъектах Российской Федерации пока не в полной мере. Существует ряд факторов, которые сдерживают

эффективное развитие туризма в России. В первую очередь это недостаточное количество средств размещения и изношенный материальный фонд гостиниц [5, с.200].

Во всех городах ощущается сильный дефицит гостиниц среднего ценового сегмента. Россия является дорогим туристическим направлением, и большую часть денег туристы вынуждены тратить на проживание, а это значительно сокращает турпоток, и люди приезжают на достаточно короткий срок.

В настоящее время наиболее развита туристическая инфраструктура в городе-курорте Сочи. Во многом благодаря Олимпийским играм город вышел на качественно новый уровень сервиса, где гостиничная индустрия, транспортная инфраструктура, горнолыжные и спортивные комплексы, пляжные акватории соответствуют высоким международным стандартам.

В Крыму имеется достаточно много проблем с туристической инфраструктурой и качественным сервисом, однако государство активно финансирует развитие сферы туризма в этом регионе.

Москва также является популярным туристическим направлением в любое время года. Здесь активно развивается событийный туризм и разрабатываются новые туристические продукты. Однако отдых в российской столице весьма дорогой, имеются также проблемы с количеством гостиниц среднего ценового сегмента.

Активно развивается сфера туризма и в Санкт-Петербурге. Туризм здесь больше носит сезонный характер. Это направление популярно как у иностранцев, так и у жителей России. В городе ввели безвизовый режим на 72 часа для иностранных туристов круизных туров, что ещё более повысило привлекательность региона. Однако и северная столица имеет дефицит 2-, 3-звездочных гостиниц.

В целом в 2014 году в России сложились уникальные условия для роста внутреннего туризма благодаря проведенной Олимпиаде, присоединению Крыма, росту патриотизма населения, а также падению курса рубля. По данным Ростуризма, в 2014 году рост внутреннего туризма превысил 30 %. Патриотический подъем, санкции и экономическая обстановка в стране подстегнули интерес жителей РФ к собственной стране. Переориентация на внутренний туризм стала одним из главных трендов 2014 года.

Для въездного туризма 2014 год был довольно непростым, наблюдалось небольшое сокращение числа туристов из западных стран, на что оказала влияние политическая ситуация в мире. Вообще же в 2014 году турпоток в Россию вырос главным образом за счет стран Азии и Ближнего Востока. В частности, число китайских туристов увеличилось на

10 % и составило более 409 тысяч человек. Такой рост туристов из восточных стран был связан прежде всего с падением национальной валюты в РФ.

Список литературы

1. Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года: распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 г. № 941-р, г. Москва.

2. Бунаков О. А. Управление позиционированием и устойчивым развитием туризма в регионе (на примере Республики Татарстан): автореф. дис... канд. экон. наук. М., 2011.

3. Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи: приказ Министерства спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации от 25 января 2011 г. № 35.

4. <http://www.gks.ru/> Федеральная служба государственной статистики (Росстат).

5. Эйдельман Б. М. Роль рекламы в повышении эффективности работы организаций социально-культурного сервиса и туризма // «ТУР-ФАКТОР 2014» Стратегия развития туристско-рекреационной сферы региона: материалы VI международной научно-практической конференции (Казань, 10-11 апреля 2014 года). Казань: ЮНИВЕРСУМ, 2014. С. 199-201.

УДК 379.85

Каримов Р. Э.,
советник-консультант Совета по туризму Таджикистана

ТУРИЗМ КАК ИНСТРУМЕНТ ВОСПИТАНИЯ МОЛОДЁЖИ ТАДЖИКИСТАНА

В центре внимания автора статьи – вопросы воспитательного воздействия различных видов туризма на молодое поколение. Показаны важная роль молодежного туризма в деле воспитания, образования и самообразования детей и подростков, пути его развития и совершенствования.

Ключевые слова: молодежный туризм, социально-культурный потенциал, патристическое и экологическое воспитание.

TURISM AS A TOOL OF EDUCATION TAJIK YOUTH

The focus of the article's author – a delightful question the impact of different types of tourism on the younger generation. The important role of tourism Molo reliably in

upbringing, education and self-education of children and teenagers, the way of its development and improvement.

Keywords: youth tourism, social and cultural potential, patriotic and environmental education.

Вопросы воспитания подрастающего поколения, формирования поколения ответственных, достойных граждан современного общества, физически здоровых и духовно богатых, самостоятельных людей вышли сегодня на первый план и как никогда остро и актуально стоят не только перед Таджикистаном, но и перед каждым государством в мире. Ясное и глубокое понимание основополагающих вопросов воспитания нового поколения можно наблюдать не только на государственном уровне, но и среди большинства родителей, общественных деятелей, представителей сферы культуры и бизнеса.

При всём разнообразии инструментов воспитания подрастающего поколения, особую роль в наши дни играет туризм, который несёт в себе не только высокий социально-культурный потенциал, но и является одним из серьёзных и важных элементов эстетического, физического, морально-нравственного, экологического и патриотического воспитания молодёжи.

Глобальные изменения, происходящие в мире, делают туризм одной из ведущих, наиболее динамичных и привлекательных отраслей мировой экономики, и за быстрые темпы развития он по праву признан одним из основных экономических феноменов современности.

Жители планеты, независимо от их возраста и пола, места проживания, национальности, социальной и конфессиональной принадлежности, всегда стремятся познакомиться с другой страной, побывать в другой местности, отличной от места постоянного жительства.

В каждой цивилизации можно найти элементы человеческой деятельности, которые так или иначе связаны с туризмом. При любой общественной формации путешествия и туризм несли в себе элемент познавательной и воспитательной направленности, поскольку путешествия учат больше, чем что бы то ни было. Знакомство с населёнными пунктами и их достопримечательностями, соседним парком, районным или заводским музеем, как и любое путешествие, большое и маленькое, является мощным педагогическим фактором. В любом путешествии, даже в самом краткосрочном, ребёнок испытывает множество положительных эмоций, получает новые знания и впечатления, мобилизует свою память и развивает мышление, познаёт окружающий мир во всём его многообразии и многоцветье.

Человек, наделённый от природы любознательностью, стремлением к знакомству с неизведанным, к «освоению» новых территорий, является прирожденным «туристом». Именно наличие в туризме элемента эмпирического образования и просветительской составляющей делает его мощным инструментом воспитания и альтернативой негативному «влиянию улицы».

Независимо от разновидности туризма (международный или внутренний; плановый или самодеятельный; познавательный, экологический, оздоровительный, спортивный; поездка, поход, соревнование, слёт и т.д.), в нем всегда присутствует культурная и эстетическая ценность, будь то восхождение на высокие снежные вершины гор, знакомство с шедеврами мирового искусства или школьной выставкой.

Понятно, что не все формы туризма доступны для молодёжи, в силу социальных, физических и других факторов и характеристик конкретного индивидуума. Именно по этой причине на передний план в воспитании подрастающего поколения выходит работа станций юных туристов, кружков, секций по туризму учреждений внешкольного образования. Отрадно видеть, что система образования в суверенном Таджикистане не только сохранила компонент внешкольного образования, но и всячески поддерживает его активное развитие силами Республиканского центра учреждений дополнительного образования при Министерстве образования и науки Республики Таджикистан.

Данное учреждение включает в себя все учреждения системы Домов пионеров, центров внешкольно-воспитательной работы, станций юных туристов, техников, натуралистов и др.

Особым образом на повышение воспитательной ценности туризма влияют люди, которые вовлечены в организацию туристического образования, бизнеса, науки, общественного движения. Именно наличие у этих людей правильных общественных установок и интересов, верных ценностных ориентаций, а также соответствующего опыта и навыков будет и дальше предоставлять детям и подросткам уникальную возможность через игровые занятия, соревнования и походы вырасти и сформироваться духовно, приобрести полезные профессиональные навыки, которые будут им необходимы во взрослой жизни.

Социальное творчество, которое присуще в особенности экологическому и образовательному детскому и молодёжному туризму, через походы, занятия, экскурсии, т.е. через их повседневную работу и жизнь, само формирует и развивает у молодёжи умение сотрудничать, бескорыстие, чувство коллективизма и, что самое важное, – стремление помогать другим.

Большое воспитательное воздействие оказывает на воспитание молодёжи, детей и подростков международный въездной туризм. Не всегда молодые люди имеют возможность осуществить путешествия в другие страны. И здесь на помощь приходят представители других культур – иностранные туристы, посетившие данную местность, независимо от целей их путешествия: ознакомительных, деловых, культурных и пр. Именно эти визиты для большинства молодых людей становятся первым знакомством с той страной и с той культурой, которую они видели в фильмах, в интернете или на страницах журналов. Как правило, многие дети после таких контактов задаются целью изучать иностранные языки, и постоянное количество тех или иных туристов, посещающих конкретный туристический объект, определяют выбор ребёнка.

Очень важно, чтобы поток туристов – носителей русского языка – в Республику Таджикистан увеличивался, поскольку это даёт возможность в удалённых уголках республики поддерживать на нужном уровне знание русского языка взрослым населением, а у молодёжи появляются естественный интерес и внутренняя необходимость с детства владеть языком, важным и необходимым как для обслуживания туристов и зарубежных гостей, так и для дружеского общения с ними.

Важную роль в этом может сыграть и российский бизнес, в силу того что сегодня индустрия туризма в Таджикистане активно развивается, кроме того, строительство или реконструкция туристических объектов российским бизнесом также создает благоприятную почву для изучения русского языка подрастающим поколением Таджикистана.

Занятия туризмом, путешествия, экскурсии выходного дня, въездной международной туризм – все эти и другие виды туризма во все времена оказывали воспитательное воздействие на формирование молодого поколения как людей высокообразованных, толерантных, стремящихся и способных жить в мире и дружбе с другими народами, знакомясь с их языками и достижениями их национальных культур. Важно уделять постоянное, неослабное внимание туризму не только как сфере бизнеса, но и как действенному инструменту воспитания, образования и самовоспитания молодёжи.

Список литературы

1. Новикова С. С. Педагогические возможности туризма как средство воспитания подрастающего поколения // Физическая культура: научно-методический журнал. 1997. № 2. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://lib.sportedu.ru/press/fkvot/1997N2/p8-11.htm>
2. Новикова С. С. Социально-педагогические и экономические аспекты функций самостоятельного туризма в современных условиях // Социальные, эко-

номические и управленческие аспекты функционирования и развития физической культуры и спорта в современных условиях: материалы науч. конф. / под ред. Ю. А. Фомина. М.: ВНИИФК, 1993. С. 101-104.

3. Остапец А. А. Педагогика и психология туристско-краеведческой деятельности учащихся: методические рекомендации. М: РМАТ, 2001. 87 с.

4. Рамзаева Л. А. Семейный туризм как средство воспитания подростков в системе дополнительного образования. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/semiyni-turizm-kak-sredstvo-vozpitaniya-podrostkov-v-sisteme-dopolnitelnogo-obrazovaniya>

УДК 821.512.164-3:394

Гелдимурадова О. А.,
главный специалист отдела аспирантуры,
Международный туркмено-турецкий университет,
г. Апхабад, Туркменистан, ogulnur2013@yandex.ru

ГОСТЕПРИИМСТВО ТУРКМЕНСКОГО НАРОДА В РОМАНЕ Г. М. БЕРДЫМУХАМЕДОВА «ИМЯ ДОБРОЕ НЕТЛЕННО»

На примере романа, автором которого является Президент Туркменистана, показаны национальная самобытность и особенности менталитета туркменского народа. Раскрываются такие его черты, как гостеприимство и дружелюбие, трудолюбие и уважение к традициям и обычаям предков.

Ключевые слова: туркменский народ, гостеприимство, туркменский менталитет, национальные традиции.

HOSPITALITY TURKMEN NATION IN THE NOVEL OF OUR ESTEEMED PRESIDENT «ИМЯ ДОБРОЕ НЕТЛЕННО»

For example, the novel, the author of which is the President of Turkmenistan, national identity and shows features of the mentality of the Turkmen people. Opens up his features such as the hospitality and friendliness, diligence and respect for the traditions and customs of their ancestors.

Keywords: turkmen people, hospitality, turkmen mentality, national traditions.

Туркменистан – страна, имеющая не только богатейшее прошлое со всеми сохранившимися на ее территории памятниками древнего искусства восточных мастеров, но также страна с огромнейшим культурным наследием, традициями и обычаями, прошедшими сквозь века и сумев-

шими сохраниться в сердцах и жизни людей по сей день. Туркменский народ является одним из древнейших народов мира. У нашего народа пятитысячелетняя история, все эти пятьдесят веков туркмены были педеровым народом мира, их вклад в мировую культуру бесценен.

Об этом кандидат исторических наук, автор многих научных трудов по истории туркменского народа и мировой культуры О. А. Гундогдыев говорит так: «История каждого народа насыщена многочисленными войнами, победами, поражениями, взлетами и падениями. На долю туркмен также выпало немало ярких событий. Являясь одним из древнейших этносов Востока, туркмены и их предки (туры, скифы, саки, массагеты, сарматы, аланы, хунны, огузы, кыпчаки и др.) сыграли огромную роль в становлении этнической, материальной и духовной культуры человечества» [2, с. 3].

Наш национальный менталитет – это наш особый способ морально-го воспитания, это наша история – наш туркменчилик. Об этом, а именно о туркменчиликe, об особенностях характера и обычаях туркмен ученый-востоковед П. Скосырев, изучая туркменскую литературу и культуру, говорил, что в любом деле, при любых обстоятельствах туркмены исходят из этого понятия, и ссылаясь на туркменчилик, говорят: «Так у нас, у туркмен, принято», или «Так нам, туркменам, прилично», или: «Этого нам, туркменам, делать не полагается» [3, с.12]. С «туркменчи-ликом» наш народ жил и живет и по сей день. Туркмены создали свой характер сами. Этот характер передавался от поколения к поколению и со временем стал национальной принадлежностью. Важной национальной чертой характера туркмен является их доброжелательность и приветливость. Для туристов такая особенность нации играет не последнюю роль. Многие из тех, кто уже побывал на нашей прекрасной земле, ставят особенности местного гостеприимства в один ряд с кавказским, а контакт с местным населением обычно превращается в приятное для обеих сторон событие.

Туркмены всегда почитали гостей. Даже если гостем оказывался враг, они прощали его. Или, например, если в дом приходил человек беглый, провинившийся, хозяин никогда не выдавал его преследователям. Гостеприимство было в крови наших предков. С давних времен в нашем народе бытует изречение: «Гость старше отца». И сейчас каждый раз, готовя обед, туркмены, учитывая, что неожиданно может кто-нибудь прийти, из уважения к неожиданному гостю обязательно приготавливают чуть больше – это «мыхман пай» (для гостя).

27 октября в нашей стране отмечается День независимости Туркменистана – самый главный праздник Отчизны. Туркменистан вступил

в XXI век как динамично развивающееся государство, опирающееся в своем развитии на современные государственные и общественные институты, на крепкий духовный стержень народа, наследованный им от своих доблестных предков, в котором содержится неиссякаемая творческая энергия нации, ее верность идеалам добра и миролюбия, ее сплоченность и устремленность к общему благу.

Созданная на Каспийском побережье Национальная туристическая зона «Аваза» – тоже плод независимости. «Каспийская жемчужина» – курорт международного уровня, открывший большие возможности для развития туристической индустрии. Берег Авазы стал не только здравницей и местом отдыха, но и символом дружбы, центром проведения международных конференций, конкурсов и фестивалей искусств, свидетельством того, что для дружбы народов нет границ. Богатство и разнообразие природы, вековые традиции ремесленничества, дружелюбие и гостеприимство туркменского народа, туркменская национальная кухня – всё это дополняет и обогащает туристический потенциал Туркменистана. Эти положительные качества характера туркмен нашли свое отражение в древнем эпосе и в современной туркменской литературе

Роман нашего уважаемого Президента Гурбангулы Бердымухамедова «Имя доброе нетленно» является литературным изложением исторических событий. В нем раскрывается жизненный путь исторических личностей, воплощающих в себе национальный характер нашего народа. Главный герой произведения Бердымухамед Аннаев – историческая личность. Он дед нашего многоуважаемого Президента. Дань уважения автору священным обычаям и традициям наших предков при раскрытии характера героев переходит в творческий стиль автора. При всестороннем и глубоком описании образа главного героя Бердымухамеда Аннаева используются богатые художественные средства. Внешний и внутренний мир действующих в романе персонажей раскрывается посредством различных деталей, пейзажа, в отношениях с людьми разных профессий. Произведение богато национальным колоритом, который от начала до конца буквально пронизывает весь роман. Подчеркивается присущая туркменам национальная самобытность, мастерски воплощенная в образе главного героя произведения.

В данном романе также нашла свое отражение удивительная природа туркменского края. Роман начинается с изображения красот природы и всяких удивительных природных явлений. Автор, ещё не переходя к изложению основных ключевых событий, в первую очередь связывает природные явления окружающей среды со священным туркменским очагом. Каждое утро, просыпаясь, отец Бердымухамеда – Анна ага

по обычаю наших предков символическим жестом приветствует Солнце как живую силу, согревающую своими ясными лучами всё живое на земле. *«Солнце взойшло. Яркие лучи, соединившись с длинными языками пламени священного очага, озарили мир немеркнущим светом. Это символ вечности»* [1, с. 8].

В романе есть такой эпизод: приняв участие в Геоктепинском сражении и названный Сердаром, Анна ага ходит вокруг своего дома с 2-3-летним Бердымухамедом на плечах. Соседи удивились этому. В ответ Анна ага ответил:

«Все хорошо у меня, все очень хорошо! Я сажаю сына на плечи, чтобы мой Бердымухамед мог видеть гораздо дальше, чем вижу я. Дасть Бог, мои надежды оправдаются» [1, с. 34].

В этих словах Анна Сердара заключена мудрая мысль. Дети должны продолжать дела своих предков. Не просто продолжать, но продолжать сознательно. Такая мудрость – одно из главных украшений произведения.

Мечта Анна ага сбылась. Его сын Бердымухамед стал уважаемым человеком. В произведении мастерски описывается его жизненный путь. В народно-историческом романе олицетворяется художественный образ добрейшей бабушки Бердымухамеда – Хесел едже. Необыкновенные способности у Бердымухамеда проявились уже с детства. Восемилетний ребёнок вместе с бабушкой Хесел едже приходят к Ходжаахмет мулле на обучение. На просьбу доброй женщины мулла отвечает так: «Хесел едже! Будьте спокойны, если Бог даёт своё благословение научить тому, что ты знаешь, – это обязанность перед богом».

Как рассказывается в произведении, Ходжаахмет мулла был одним из людей, который когда-то ходил в «школу добровольцев» к Анна аге. Поэтому он, обучая сына Анна аги – Бердымухамеда, гордится, что теперь пришло его время возвращать долги.

Анна ага проявил большую заботу об односельчанах. К нему очень часто приходили люди из соседних сел за советами, для того, чтобы научиться читать и писать. В романе приведены очень интересные истории и об Анна аге, и о Бердымухамед аге – дедушке уважаемого Президента Туркменистана. Это художественное произведение об их жизни, в основу которого положены реальные события, а прообразами героев стали конкретные люди.

Когда Бердымухамед ходил к мулле, у него уже проявились способности к учебе. Ему очень помогал «Сундук мудрости», который остался на память от отца. Анна ага на протяжении всей своей жизни собирал этот сундук. Он сложил в него редкие книги, которые он сам доставал, где только мог. Однажды он обменял мешок винограда на не-

большую книгу, которую тоже поместил в свой «Сундук мудрости». В сундуке лежали его рукописи и летопись его рода. Анна ага был один из образованнейших людей своего времени.

Все больше становится людей, которых интересует мудрое, нраво-учительное наследие, оставленное после себя Анна ага. У них в гостях был известный просветитель своего времени Мухамметгулы Атабаев (1885-1916), который интересовался «Сундуком мудрости».

Когда читаешь произведение, понимаешь, как глубоко автор изучил исторические материалы для того, чтобы достоверно и точно рассказать о подлинных событиях того времени. Об этом упоминается в предисловии к книге, написанном отцом уважаемого Президента Туркменистана Мяликгулы Бердымухамедовым.

И вообще вся жизнь Бердымухамеда ага – это школа жизни. Он до конца своих дней заботился о других людях. Для сегодняшнего и будущих поколений жизнь Бердымухамеда Аннаева является образцом для подражания.

Бердымухамед Аннаев – заслуженный педагог Туркменистана. В начале своей педагогической деятельности он испытывал немалые трудности, но преодолевал их своей целеустремленностью и огромным трудолюбием. Он понимает, что жизнь – это борьба. В три года оставшись без отца, он прошел через множество испытаний и вышел из них с честью.

Главный герой романа Бердымухамед Аннаев начал свою педагогическую деятельность, когда ему было 12 лет. Молодой учитель, в отличие от религиозной школы того времени, открывает школу в своём доме, уделяя больше внимание самостоятельному чтению, правописанию, счету детей.

В 1926 году Бердымухамед ага зачислен слушателем трехмесячных курсов подготовки учителей начальных школ кочевых районов в Ашхабаде. Здесь он много читает, расширяет свой кругозор. Его особенно заинтересовала книга краеведа Георгия Ивановича Карпова «Весь Туркменистан». Эта книга дала возможность любознательному юноше широко ознакомиться с достижениями туркменского народа.

Окончив трехмесячный курс подготовки учителей начальной школы, он начал свой педагогический путь в селе Паров Казанджикского района. За несколько месяцев его ученики, юные школьники, уже научились читать, писать и главное – получили представление о том, что такое знание, поняли, как важно стремиться к ним. А это большое достижение для учителя.

Работая директором школы № 6 колхоза «Гызыл чарва», он показал себя не только как хороший учитель, но и как замечательный организатор.

Бердымухамед Аннаев щедро делился опытом с коллегами, участвуя на конференциях учителей, беседуя с ними, рассказывал о своих передовых методах и новшествах в учебно-воспитательной работе. Бердымухамед ага давал дельные советы педагогам по обучению и воспитанию учеников, проведению работы с родителями, организации внешкольной деятельности, воспитанию учеников в патриотическом духе, работе с детьми со слабой успеваемостью и трудно поддающимися педагогическому воздействию, совершенствованию и повышению профессиональных навыков самих учителей. Советы, имевшие огромную ценность, не утратили свою значимость в настоящее время.

При подготовке учащихся к самостоятельной жизни опытный педагог опирался на принципы человеколюбия, уважения к старшим и любви к детям.

Любой народ должен знать свои корни. Нет счастливого будущего у человека, не знающего своего прошлого. В романе «Имя доброе не тленно» описываются жизнь, культура и моральные ценности туркменского народа в XIX веке. В то время все праздничные события сопровождались гостеприимным приёмом. Гостеприимство туркменского народа тоже описывается в данном романе. Принявший в гости борца из Хивы, который пришёл в туркменские земли, чтобы побороться со знаменитым туркменским борцом Кувватом, несмотря на равный бой, затянувшийся на несколько дней и закончившийся объявлением ничьей, гостеприимный туркмен стал на сторону своего гостя и предложил продолжить борьбу. В итоге победил богатырь Кувват, старший брат деда Анна аги Пыхы бая. Но гостеприимство доброго туркмена явилось примером проявления воспитанности и высоких моральных качеств туркменского народа.

Современная туркменская литература, опирающаяся на традиции классической литературы, отличается художественным методом изложения реальной действительности и национальных особенностей.

В народно-историческом романе нашего уважаемого Президента Гурбангулы Бердымухамедова «Имя доброе не тленно» создан замечательный художественный образ Бердымухамед аги, воплотивший лучшие черты туркменского национального характера. Ему за короткое время удалось завоевать любовь и оказать значительное воздействие на читателей разного возраста. Главный герой данного романа Бердымухамед ага своим примером воспитывает прекрасные качества у читателей, а также указывает путь разрешения проблем, с которыми они сталкиваются в своей жизни. Это сближает его с читателем.

Народно-исторический роман нашего уважаемого Президента Гурбангулы Бердымухамедова «Имя доброе негленно» на сегодняшний день – богатый источник знаний о туркменском народе для читателей разных поколений.

Список литературы

1. Бердымухамедов Г. Имя доброе негленно. Ашхабад. Туркменская государственная издательская служба, 2011.
2. Гундогдыев О. Туркмены и народы мира. Ашхабад. Туркменская государственная издательская служба, 2012.
3. Скобьрев П. Туркменская литература. Москва: Советский писатель, 1945.

УДК 378.147

Сахарчук Е. С.,
канд. пед. наук, доцент, декан факультета туризма и гостеприимства,
Российский государственный университет туризма и сервиса,
г. Москва, Россия

ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ И ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ МОДЕРНИЗАЦИИ СТРУКТУРЫ И СОДЕРЖАНИЯ РОССИЙСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Целью настоящей статьи является изложение основанной на концептуальных подходах и методах совершенствования структуры и содержания профильного образования в сфере туризма комплексной системы мер по интеграции в системе российского образования положительного мирового опыта подготовки туристских кадров в целях достижения лучших показателей национальной системы по направлениям:

- интегрированности в глобальном профессионально-академическом пространстве;
- сформированности научно-методического обеспечения организационно – технологических процессов в туризме;
- развитости системы студенческо-стажерской академической мобильности обучающихся;
- повышения качества имплементации отраслевого содержания в содержании образовательного процесса;
- расширения ассортимента предложения;
- укрепления межинституциональных связей;
- развития и укрепления либерально-демократических ценностей в академической среде.

Ключевые слова: Модернизация образования, образование в сфере туризма, подготовка туристских кадров

BACKGROUND AND RATIONALE NEED TO MODERNIZE THE STRUCTURE AND CONTENT RUSSIAN EDUCATION IN TOURISM

The purpose of this article is a summary based on the conceptual approaches and methods to improve the structure and content of professional education in the field of tourism complex system of measures for integration into the Russian education system of positive international experience of training of tourism personnel in order to achieve the best performance of the national system of directions:

- Integration into the global professional and academic space;
- Formation of scientific and methodological support of organizational - technological processes in tourism;
- The development of student-trainee academic mobility of students;
- Improving the quality of implementation of the content industry in the content of the educational process;
- Expanding the range of proposals;
- Strengthen inter-institutional relations;
- Development and strengthening of liberal democratic values in an academic environment.

Keywords: Modernization of education, education, tourism, training of tourism personnel

Конкретизируем исходные данные.

1. В Российской Федерации осуществляется многоуровневая подготовка кадров для сферы туризма. По данным Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки здесь функционирует более 700 учреждений высшего и среднего профессионального образования, осуществляющих подготовку кадров для сферы туризма и гостеприимства.

2. С 2011 года реализуются профильные Федеральные государственные образовательные стандарты (далее – стандарты), определяющие требования к структуре, условиям реализации и результатам освоения основных образовательных программ в туризме и гостеприимстве в контексте компетентно ориентированного подхода. К основным образовательным стандартам в сфере туризма относятся: 43.03.02 Туризм (бакалавриат); 43.03.03 Гостиничное дело (бакалавриат); 38.03.02 Менеджмент (бакалавриат); 49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм (бакалавриат); 51.03.03 Социально-культурная деятельность (бакалавриат). Анализ требований стандартов показал, что они, разные по концепции, набору компетенций, целеполаганию, входным требованиям, фактически направлены на подготовку специалистов одних и тех же квалификационно-должностных позиций в туризме. Данный парадокс объясняется отсутствием профессиональной рамки квалификаций и полноценной системы профессиональных стандартов в туризме.

В настоящее время не создана система сквозной «вертикальной» преемственности квалификационных уровней функционально-видовой профилизации в туризме. Так, в частности, было выявлено, что лишь отдельные профессии начальных квалификационных уровней (например, бортпроводник) имеют соответствующую траекторию повышения квалификационного уровня на преемственной ступени образования (условно, здесь: Туризм СПО и далее: Туризм ВО).

Неясна траектория преемственности в силу частичного дублирования стандартов (выше упоминались стандарты ВО; преемственность как таковая не обеспечена в силу разнонаправленности содержательных доминант стандартов (например, Туризм: экономическая направленность стандарта по менеджменту, географическая и технологическая направленность стандарта «Туризм», общегуманитарная и культурологическая направленность стандарта «Социально-культурная деятельность» и т.п., при том, что фактическое трудоустройство выпускников будет одним и тем же, то есть предполагает один и тот же набор общекультурных и профессиональных компетенций).

3. Профессиональная подготовка и переподготовка в сфере туризма осуществляется не систематично, вне концепции формирования ассортимента образовательных услуг, соответствующего квалификационно-видовым потребностям сферы туризма.

Содержание образовательных программ формируется инициативно, вне привязки к компетентностным моделям и педагогическим технологиям: так, менеджером туристского офиса предлагается стать, закончив программу продолжительностью от одного месяца (следует отметить, что на рынке образовательных услуг имеются предложения программ меньшей продолжительности): программы предлагаются как в системе формального образования, так и непосредственно на объектах туристской индустрии (например, в Интуристе, Санрайзе, других крупных компаниях). Здесь уместно отметить, что менеджером туризма становятся и выпускники третичного уровня образования – бакалавры и магистры.

Институт независимой оценки и признания квалификаций в туризме в России в настоящее время не сформирован, имеются результаты исследования проблематики и модели развития центров сертификации квалификаций в сфере туризма и сервиса, осуществленные в рамках научно-исследовательской работы, проведенной ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса» по заказу Министерства образования и науки РФ в 2009-2011 гг.

4. Российская система профильного образования в сфере туризма частично интегрирована в глобальное профессионально-академическое

пространство: не приняты национальная рамка квалификаций и образовательная рамка квалификаций, в связи с чем квалификационные уровни, используемые в западных странах лишь условно могут сопоставляться с российскими квалификационными уровнями; программы академических обменов не носят системного характера; в России отсутствуют структуры, задачей которых является способствовать развитию обменов и сотрудничества в области туризма и туристского образования; российские научные исследования в сфере туризма часто неизвестны западным коллегам, практически отсутствует российское представительство в крупных международных научных профильных ассоциациях.

5. Имплементация профессионального содержания в содержание образования находится в стадии становления: реальные кадровые потребности в сфере туризма не исследуются на регулярной основе; фактически потребности исчисляются в настоящее время эвристически. Целеполагание туристской сферы в настоящее время разрабатывается: в стадии обсуждения находится базовый отраслевой закон о туризме; не решены существенные вопросы статистического учета в туризме; требуют усовершенствования механизмы делегирования полномочий по регулированию и развитию туризма на региональном и местном уровнях. Структуры, уполномоченные инициировать законодательные акты в сфере регулирования профильного туристского образования (Межведомственный совет при Федеральном агентстве по туризму РФ), находятся в стадии формирования концепции целеполагания и деятельности.

6. В социально-культурную среду профильного образования в сфере туризма не интегрирована отраслевая ценностная парадигма, находящаяся в настоящее время в стадии становления.

Резюмируя, отметим, что в настоящее время представляется возможным констатировать наличие в российской модели профильного образования в сфере туризма необходимых предпосылок и потребности в развитии подсистем: потребительской, содержательной, функциональной и отраслевого регулирования. Предпосылки формирования и цели подсистем мы обобщили в организационной диаграмме (см. рисунок).

Как видно на рисунке, в России сформированы все основные предпосылки развития более эффективной инновационной модели подготовки кадров для туризма. Вместе с тем, как показали результаты системного исследования, имеются проблемы сложившихся межинституциональных связей:

1) недостаточно качество имплементации отраслевого содержания в содержании образовательного процесса;

2) недостаточен уровень синхронизации процессов актуализации содержания в образовательной и профессиональной деятельности;

3) недостаточен уровень сетевого академического взаимодействия образовательных учреждений туристского профиля и, как следствие, –

4) нуждается в совершенствовании система академической мобильности обучающихся;

5) требует совершенствования уровень профориентационной деятельности в профильном образовании;

6) недостаточен уровень мультикультурной интерактивности обучения, развития ключевых методических и инструментальных компетенций, практикоориентированности, определяющих способность критически мыслить, принимать решения и брать на себя ответственность.

Предпосылки формирования подсистем системы образования в сфере туризма РФ	Целевые задачи подсистем
<p><input type="checkbox"/> ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ПОДСИСТЕМА: Обучающиеся образовательных программ (формальное и неформальное образование) Работодатели туризма (в том числе, органов управления туризмом разного уровня)</p>	<p><input type="checkbox"/> индивидуализация образования; организация обратной связи, обеспечение полноты и приемственности образовательного предложения; обеспечение академической мобильности, формирование социально-культурной среды в образовательных учреждениях</p>
<p><input type="checkbox"/> СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ПОДСИСТЕМА система знаний, включающая факты, обобщения, умения, навыки в сфере туризма</p>	<p><input type="checkbox"/> аккумуляция и актуализация компетентностно-значимого в профильной сфере деятельности научного и научно-методического контекста</p>
<p><input type="checkbox"/> ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ПОДСИСТЕМА совокупность учреждений – субъектов образовательной деятельности; нормативно-правовое, учебно-методическое, технологическое обеспечение образовательной деятельности; процессы и продукты</p>	<p><input type="checkbox"/> обеспечение функциональной полноты образовательного процесса в профильной сфере деятельности; основными функциями функциональной подсистемы являются образовательная, развивающая, воспитательная</p>
<p><input type="checkbox"/> ПОДСИСТЕМА ОТРАСЛЕВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ участие представителей отраслевого профессионального сообщества в образовательном процессе</p>	<p><input type="checkbox"/> обеспечение соответствия результатов образования отраслевым экономическим потребностям; к основным функциям относятся: аксиологическая, реляционная, регуляционная, адаптивная, экономическая и др.</p>

Предпосылки формирования и цели подсистем российской модели образования в сфере туризма

Таким образом, представляется возможным констатировать актуальность задачи совершенствования (или модернизации) структуры и содержания профильного образования в сфере туризма на основе адаптации выявленного общего, существенного и важного опыта в моделях образования, объективно обнаруживших своим функционированием эффективность (Австралии, Австрии, Великобритании, Германии, Канады, Норвегии, Финляндии, Франции, Швейцарии) [1]. Исследование зарубежных моделей подготовки кадров для сферы туризма позволило обосновывать наличие ряда корреляционных зависимостей между параметрами качества и результативности образовательной деятельности в сфере туризма и отдельными (или комплексными) организационно-педагогическими условиями и принципами формирования структуры и содержания образования.

Механизмы совершенствования структуры и содержания российского профессионального образования в сфере туризма

На основе исследования актуального состояния системы подготовки кадров в сфере туризма и выявления ведущих мировых тенденций и педагогических закономерностей подготовки кадров для сферы туризма с учетом разработанных методологических подходов к формированию структуры и содержания эффективных инновационных моделей профильного образования были разработаны следующие общие принципы модернизации профильного российского образования в сфере туризма [1, 2, 3]:

1. Модернизация осуществима посредством реализации программы, включающей комплекс механизмов по внедрению педагогических инноваций в действующую систему профессионального образования в сфере туризма, а также по повышению квалификации специалистов туристской индустрии, улучшению качества профессионального образования в данной области и повышению престижа туристских профессий.

2. Программа модернизации профессионального образования в сфере туризма является комплексной; сфера профильного образования при этом рассматривается как система. Модернизация системы профессионального образования в сфере туризма касается:

- модернизации целеполагания деятельности системы;
- модернизации структуры профессионального образования в сфере туризма;
- модернизации содержания образования.

3. Инструментарий формирования более эффективной инновационной системы непрерывного образования в сфере туризма включает:

- разработку отраслевой рамки квалификаций (квалификационные уровни, уточнение номенклатуры должностей и профессий, соотнесение по квалификационным уровням;

- разработку профессиональных стандартов (определение видов трудовой деятельности, трудовых функций, уровней квалификации, необходимых для работников (при обучении на рабочем месте, в системе СПО, прикладного бакалавриата, академического бакалавриата, магистратуры, аспирантуры);

- развитие отраслевой системы оценки и сертификации квалификаций

- общественно-профессиональную аккредитацию образовательных программ и учреждений;

- разработку образовательных программ: мониторинг потребностей, определение востребованных уровней образования, установление профилей, разработку инструментария для обеспечения контроля качества, разработку требований к условиям реализации программ; экспертизу образовательных программ; обеспечение качества и компетентности педагогического состава, разработку структуры и содержания образования, включая разработку требований к оценочным и диагностическим средствам;

- формирование профилей образовательных программ: учет тенденций развития отдельных сегментов туристической индустрии, обоснование объектов, видов и задач профессиональной деятельности, разработка компетенций специалистов;

- формирование системы повышения квалификации специалистов туристической индустрии, позволяющей решать *следующие задачи*:

1) дальнейшее развитие многоступенчатой непрерывной системы подготовки кадров: повышение уровня профессиональной подготовки (квалификации) специалистов предприятий туристско-гостиничного бизнеса; формирование у слушателей практических компетенций, развития инновационного мышления, творческой инициативы, умения интегрироваться в рыночную среду в современных экономических условиях;

2) обеспечение информационно-методологической поддержки развития туристической сферы;

3) повышение уровня профессиональной подготовки (квалификации) кадров туристической индустрии на базе использования накопленного положительного российского и международного опыта в области развития туристско-гостиничного хозяйства;

4) повышение имиджа профессий туристической сферы;

5) изучение вопросов в области совершенствования управления предприятием и качеством услуг, финансового и кадрового менеджмента, маркетинга, развития структуры услуг, повышения экономической устойчивости, нормативно-правового обеспечения, безопасности, использования передового зарубежного опыта, необходимых для успеш-

ного осуществления финансово-хозяйственной деятельности предприятий туристского бизнеса в Российской Федерации.

4. Модернизация системы профессионального образования в сфере туризма направлена на решение актуальных проблем в развитии, поддержании на отвечающем современным требованиям уровне и постоянном совершенствовании профессиональных компетенций работников туристской индустрии в целях повышения качества услуг туристско-гостиничной отрасли Российской Федерации, в том числе с учетом постоянной актуализации отраслевого заказа на потребность в специалистах разного уровня образования с учетом реализации целевых программ развития туризма и гостиничного сектора РФ, расширения и модернизации его материально-технической базы.

5. При разработке механизмов модернизации профессионального туристского образования следует исходить из того, что основной целью профессионального образования является «подготовка квалифицированного работника соответствующего уровня и профиля, конкурентоспособного на рынке труда, компетентного, ответственного, свободно владеющего своей профессией и ориентированного в смежных областях деятельности, способного к эффективной работе по специальности на уровне мировых стандартов, готового к постоянному профессиональному росту, социальной и профессиональной мобильности; а также удовлетворение потребностей личности в получении соответствующего образования».

6. При разработке и реализации мер по модернизации профессионального туристского образования наиболее приемлемым подходом является программно-целевой. В настоящее время общепризнано, что программно-целевой метод служит важнейшим инструментом осуществления государственной социальной и экономической политики развития страны и ее отдельных регионов наряду с методами прогнозирования и индикативного планирования. Целевые программы представляют собой увязанные по ресурсам, исполнителям и срокам осуществления комплексы научно-исследовательских, опытно-конструкторских, организационно-хозяйственных и иных мероприятий, обеспечивающих эффективное решение конкретных задач в области государственно-федеративного строительства, научно-технического, экономического, инвестиционного, социально-демографического, внешнеэкономического, культурного, экологического и регионального развития Российской Федерации.

7. Основные целевые индикаторы комплексного развития сферы туризма являются целевыми ориентирами развития системы профиль-

ного туристского образования на макроуровне. Целевые индикаторы отражены:

1) в государственной программе Российской Федерации «Развитие культуры и туризма в 2013-2020 годы»;

2) Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в России (2011-2018 годы)».

Приоритеты государственной политики в сфере развития сферы туризма и повышения качества услуг, в том числе за счет повышения уровня квалификации персонала, занятого в индустрии туризма, отражены в следующих основных документах:

1) Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ;

2) Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р);

3) Государственной программе Российской Федерации «Развитие культуры и туризма в 2013-2020 годы» (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 27 декабря 2012 г. № 2567-р);

4) Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года (распоряжение Правительства Российской Федерации от 12 мая 2009 г. № 537).

Комплекс механизмов по внедрению педагогических инноваций в действующую систему профессионального образования в сфере туризма, а также по повышению квалификации специалистов туристской индустрии, улучшению качества профессионального образования в данной области и повышению престижа туристских профессий разработан на основе системного представления об эффективной модели образования в сфере туризма.

Системная модель образования в сфере туризма представляет собой единство:

1) целеполагания (на макро-, мезо-, микроуровнях и индивидуальное);

2) результатов образования;

3) экономических, политических, социально-культурных условий, нормативно-правовых и других ограничителей;

4) ресурсов образовательной деятельности;

5) совокупности (системный узел) четырех взаимодействующих подсистем: потребительской, содержательной, функциональной и отраслевого регулирования.

Охарактеризуем механизмы модернизации профильного туристского образования посредством реализации программы, включающей комплекс механизмов по внедрению педагогических инноваций в действующую систему профессионального образования в сфере туризма. Характеристика механизмов систематизирована в таблице.

Характеристика механизмов модернизации профильного туристского образования

№ п/п	Механизм внедрения инноваций	Характеристика механизма
Модернизация целеполагания системы подготовки кадров для сферы туризма		
1. Механизмы макроуровня		
1.1	Совершенствование системы государственного регулирования	Формирование отраслевой системы регулирования процесса интеграции в структуре и содержании профессионального образования квалификационно-профессиональных стандартов на основе реализации Федеральной целевой программы «Развитие системы профессионального образования в Российской Федерации»
1.2		Формирование отраслевой системы регулирования бюджетного финансирования образования по укрупненным группам (в том числе, «Сфера обслуживания») с учетом реальных потребностей профильных сфер деятельности в работниках по квалификационным уровням и профилям.
Модернизация целеполагания системы подготовки кадров для сферы туризма		
2. Механизмы мезоуровня		
2.1	Совершенствование межинституциональных связей и международной интеграции российского профильного образования в сфере туризма	Формирование реализуемой на платформе общественного некоммерческого объединения образовательных учреждений соответствующего профиля отраслевой политики профильного образования, ориентированной на реализацию принципов функционирования эффективных инновационных моделей образования в сфере туризма. Целью некоммерческого объединения является формирование концепции стратегического развития системы образования в туризме, включающей: организацию академического взаимодействия с зарубежными образовательными учреждениями, модернизацию содержания образовательных программ, технологию организации пилотных международных научных исследований в области туризма и др.
2.2		Формирование отраслевой системы качества профессионального образования в сфере туризма посредством разработки системы мониторинговых показателей, примеров и образцов реализации образовательных программ; реализация возможна посредством организации работы уполномоченной компании. Уполномоченная компания межведомственного подчинения

№ п/п	Механизм внедрения инноваций	Характеристика механизма
		осуществляет мониторинг эффективности профильных образовательных учреждений, в том числе путем мониторинга рынка труда и проведения независимых опросов обучающихся по образовательным программам разного уровня.
2.3	Развитие сетевых форм взаимодействия субъектов образовательной деятельности в сфере туризма	<p>Формирование межотраслевой нормативной базы, обеспечивающей различные форматы внутрисетевого взаимодействия:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) регламентов разработки оценочных процедур и материалов с целью оценки профессиональных компетенций (вне зависимости от формы их получения на добакалаврском уровне); 2) регламентов осуществления общественно-профессиональной аккредитации образовательных программ всех квалификационных уровней; 3) регламентов взаимодействия государственной и корпоративных сетей подготовки кадров для сферы туризма (добакалаврского уровня и в системе дополнительного профессионального образования); 4) регламента организации учебных центров на предприятиях туристической индустрии; 5) регламента по организации подготовки преподавателей и организаторов учебных центров на предприятиях туристической индустрии
Модернизация целеполагания системы подготовки кадров для сферы туризма		
3.	Механизмы микроуровня	
3.1	Внедрение отраслевой системы менеджмента качества с учетом соответствующих мониторинговых показателей эффективности	Программа внутриотраслевого менеджмента качества образования. Мониторинговые показатели эффективности основаны на базовых показателях занятости в профильной сфере деятельности: процент трудоустроившихся выпускников по специальности (по всем образовательным ступеням), средние зарплаты трудоустроившихся по профилю выпускников.
3.2	Дифференциация прикладного и академического обучения	Разработка примерных учебных планов по академическому и прикладному бакалавриату с участием и при поддержке уполномоченного органа, курирующего учебно-методическую работу профильных направлений подготовки (в настоящее время – с Межведомственным советом по подготовке кадров для туризма при Ростуризме)
3.3	Расширение ассортимента образовательных программ, формирование предложения модульно-блочным способом, ориентация на доступность образовательных программ	Разработка примерных учебных планов по базовым программам всех квалификационных уровней всех профилей подготовки в туризме с участием и при поддержке уполномоченного органа, курирующего учебно-методическую работу профильных направлений подготовки (в настоящее время – с Межведомственным советом по подготовке кадров для туризма при Ростуризме).

№ п/п	Механизм внедрения инноваций	Характеристика механизма
Модернизация структуры		
4. Мониторинг кадровых потребностей в туризме		
4.1	Выявление востребованных уровней и профилей подготовки	Сквозной мониторинг потребностей всех квалификационных уровней всех профилей подготовки в туризме с участием и при поддержке уполномоченного органа, курирующего учебно-методическую работу профильных направлений подготовки (в настоящее время – с Межведомственным советом по подготовке кадров для туризма при Ростуризме).
4.2	Установление профилей подготовки	Разработка примерных учебных планов по профилям подготовки с участием и при поддержке уполномоченного органа, курирующего учебно-методическую работу профильных направлений подготовки (в настоящее время – с Межведомственным советом по подготовке кадров для туризма при Ростуризме)
Модернизация содержания		
5. Модернизация содержания в стратегическом контексте		
5.1	Имплементация содержания, соответствующего принципам устойчивого развития туризма	Разработка концептуальных положений, касающихся профессиональной сферы деятельности, основных видов и объектов деятельности в туризме (во всех профильных для туризма Федеральных государственных образовательных стандартах), по устойчивому развитию территорий.
5.2	Имплементация содержания, учитывающего перспективы развития туристского сектора	Разработка концептуальных положений, касающихся профессиональной сферы деятельности, основных видов и объектов деятельности в туризме (во всех профильных для туризма Федеральных государственных образовательных стандартах), по стратегическим направлениям развития туризма в РФ.
6. Модернизация содержания в актуальном контексте		
6.1	Имплементация содержания, соответствующего потребности поддержания конкурентоспособного уровня туристского сектора во внутренней экономической среде	Разработка концептуальных положений, касающихся профессиональной сферы деятельности, основных видов и объектов деятельности в туризме (во всех профильных для туризма Федеральных государственных образовательных стандартах), по основным направлениям укрепления конкурентоспособного уровня туристского сектора во внутренней экономической среде
6.2	Имплементация содержания, соответствующего потребности поддержания конкурентоспособного уровня туристского сектора во внешней экономической среде	Разработка концептуальных положений, касающихся профессиональной сферы деятельности, основных видов и объектов деятельности в туризме (во всех профильных для туризма Федеральных государственных образовательных стандартах), по основным направлениям укрепления конкурентоспособного уровня туристского сектора во внешней экономической среде

№ п/п	Механизм внедрения инноваций	Характеристика механизма
7.	Модернизация содержания в контексте регионального и местного развития	
7.1	Имплементация содержания, учитывающего региональную и местную специфику	Разработка концептуальных положений, касающихся профессиональной сферы деятельности, основных видов и объектов деятельности в туризме (в профильных для туризма основных образовательных программах), по основным направлениям региональной и местной специфики туристской деятельности
8.	Модернизация содержания профильного образования в контексте отраслевой профессионализации	
8.1	Имплементация унифицированного содержания, учитывающего общеотраслевую специфику профессионализации	Разработка компетентностных моделей с учетом: четырех типов взаимоотношений в туризме (субъект-субъектных 2-х типов, субъект – объектных, субъект – процессных)
9.	Разработка модульного преемственного содержания отраслевого образования	
9.1	Разработка преемственного содержания отраслевого образования, коррелирующего с преемственными этапами профессионализации в туризме	Разработка компетентностных моделей с учетом сквозной вертикальной видовой преемственности/профилизации
10.	Разработка комплексной системы информационного обеспечения профильного образования в сфере туризма	
10.1	Информационное обеспечение профессиональной ориентации	Информационное обеспечение профессиональной ориентации нацелено, во-первых, на удовлетворение информационных общественных потребностей в контексте возможностей занятости в туризме; во-вторых, в продвижении положительного имиджа протуристских профессий.
10.2	Информационное обеспечение многоуровневой образовательной деятельности в туризме	Информационное обеспечение многоуровневой образовательной деятельности в туризме нацелено на удовлетворение информационных общественных потребностей в контексте возможности получения формального/неформального образования и квалификации в сфере туризма.
10.3	Информационное обеспечение индивидуальных траекторий развития компетенций в туризме	Информационное обеспечение индивидуальных траекторий развития компетенций в туризме направлено на удовлетворение информационных общественных потребностей в контексте развития работниками туризма компетенций по вертикали (с повышением квалификационного уровня) и горизонтали (без повышения квалификационного уровня).

№ п/п	Механизм внедрения инноваций	Характеристика механизма
11.	Модернизация потребительской подсистемы	
11.1	Индивидуализация образования	<p>Индивидуализация образования имеет существенное инновативное значение на всех этапах обучения, в связи с чем требует специальной подготовки преподавательского состава. Таким образом, индивидуализация обучения как педагогическая технология будет включать пять этапов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Определение перспектив развивающего обучения в разных профилях подготовки (в сфере туризма) 2. Разработка практико-ориентированных пилотных модулей, содержащих интегрированные элементы индивидуализирующего, развивающего характера 3. Апробация пилотных проектов, анализ результатов, подведение итогов 4. Подготовка научно-методического обеспечения, включающего примеры удачных образцов практики внедрения индивидуализирующего, развивающего обучения 5. Распространение научно-методического обеспечения в среде профильных образовательных учреждений, проведение обучения обучающихся (повышение квалификации педагогов профессиональной школы)
11.2	Организация обратной связи	<p>Организация обратной связи относится к функциям микроуровня. Целесообразна разработка научно-методических рекомендаций по организации обратной связи и применению регламента действий по результатам получения отзывов обучающихся (и работодателей) по результатам образовательной деятельности, а также разработка самих регламентов.</p>
11.3	Обеспечение академической мобильности	<p>Обеспечение академической мобильности в сфере профильного для туризма образования требует консолидации заинтересованных сторон и совместного решения стратегических и тактических вопросов. К заинтересованным сторонам относятся: образовательные учреждения, национальные ведомства по академическим обменам, международные и национальные профессиональные объединения, работодатели туризма. Программы академической мобильности реализуются в том числе при сетевой организации обучения. Координирующая организация – общественное некоммерческое межведомственное объединение по формированию политики в сфере профильного образования.</p>
11.4	Верификация ключевых компетенций	<p>Верификация ключевых компетенций осуществима при организации постоянно действующей обратной связи с работодателями по результатам трудовой деятельности выпускников образовательных учреждений в сфере туризма.</p>

№ п/п	Механизм внедрения инноваций	Характеристика механизма
		<p>Постоянно действующий мониторинг имеет целью выявить трудности и проблемы, с которыми сталкиваются выпускники и их работодатели в связи с отсутствием необходимых навыков для осуществления эффективной трудовой деятельности по специальности. Проведение мониторинга на постоянной основе требует существенных ресурсов, на микроуровне данный вопрос решать практически невозможно, следовательно существует два основных способа решить проблему: реализовывать мониторинг посредством сетевого взаимодействия образовательных учреждений либо посредством организации мониторинга общественным некоммерческим межведомственным объединением по формированию политики в сфере профильного образования.</p>
11.5	Формирование интегрированной социально-культурной среды профильного образования	<p>Под интегрированной социально-культурной средой профильного образования понимается имплементация отраслевых этических норм и правил, идеалов и образцов, системы ценностей в политике формирования нравственно-этического климата в контексте развития социально-культурной среды образовательных учреждений. Наряду с основными отраслевыми (туризма) морально-этическими ценностями социально культурная среда вуза должна обладать такими характеристиками, как обеспечение возможностей для развития свободной личности, обладающей активной жизненной позицией и социальным оптимизмом.</p>
11.6	Формирование интегрированной среды взаимодействия образовательных учреждений в сфере туризма с социальными партнерами (образовательный кластер в сфере туризма)	<p>Интегрированная среда взаимодействия образовательных учреждений в сфере туризма с социальными партнерами является одним из направлений возможных координации и развития в среде профильного образования в целях повышения его эффективности. В настоящее время имеются отдельные примеры инициации образовательных кластеров, в том числе, в сфере профильного туристского образования. Все существующие проекты находятся в стадии первичного концептуального осмысления возможных путей развития.</p>

Заключение

В таблице изложены основные механизмы модернизации профильного образования в сфере туризма. Все механизмы условно подразделяются на три организационных уровня: макро-, мезо- и микро. При реализации мероприятий на макро- и мезоуровнях возникает необходимость консолидации интересов субъектов образовательной деятельности в сфере туризма; консолидатором в соответствии с изложенными предложениями могут быть:

- общественное некоммерческое объединение образовательных учреждений соответствующего профиля;
- уполномоченная компания межведомственного подчинения;
- уполномоченный орган, курирующий учебно-методическую работу профильных направлений подготовки;
- Межведомственный совет по подготовке кадров для туризма при Ростуризме (действующий в настоящее время орган);
- общественное некоммерческое межведомственное объединение по формированию политики в сфере профильного образования;
- координационные советы образовательных кластеров в сфере туризма.

В случае применения основные механизмы модернизации профильного образования помогут профильному российскому образованию в сфере туризма занять достойное место в глобальном профессионально-академическом пространстве, существенно улучшить качественные показатели подготовки кадров для профильных сфер деятельности, что особенно актуально в настоящий период, характеризующийся как период активного импортозамещения на рынке туризма. Предлагаемые механизмы укрепят межинституциональные связи, расширят ассортимент предложения образовательных услуг, обеспечат логичную, полную, прозрачную преемственность образовательных ступеней, поднимут престиж как туристского образования, так и туристских профессий.

Список литературы

1. Анализ зарубежных моделей подготовки кадров для сферы туризма: монография М.: КНОРУС, 2015. 176 с.
2. Анализ проблем подготовки специалистов туристской сферы в России // Повышение квалификации и подготовка кадров в образовании: сборник научных трудов (Серия «Образование в XXI веке») / под ред. проф. В. П. Симонова / Международная педагогическая академия. М.: Издательство МГОУ, 2013. С. 86-100
3. Методика анализа зарубежных моделей подготовки кадров для сферы туризма / Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2014. Т. 8. № 3. С. 78-85
4. Методологические основы анализа западноевропейских моделей подготовки кадров для туризма // Повышение квалификации и подготовка кадров в образовании: сборник научных трудов / под редакцией проф. В. П. Симонова (Серия: Образование в XXI веке). Выпуск второй (№ 2-12), Международная педагогическая академия. – М., 2012, С. 63-69

Бердиева А. Х.,
старший преподаватель кафедры географии,
Туркменский государственный университет имени Махтумкули,
aybolek2010@rambler.ru;
Курбандурдыева Э. К.,
старший преподаватель кафедры гидрометеорологии,
Туркменский государственный университет имени Махтумкули,
г. Ашхабад, Туркменистан

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

Авторами предпринята попытка анализа развития туристической инфраструктуры в Туркменистане. Потенциал и перспективы развития отечественной индустрии, открывающей сегодня новые направления в глобальной индустрии путешествий, вызвали пристальное внимание профессионалов турбизнеса из многих стран. По мнению международных экспертов, развитие въездного туризма в нашей стране будет оказывать в будущем заметное влияние на ситуацию туристической индустрии всего региона Азии, формируя спрос и новые, интересные предложения на основе уникального исторического и природного наследия, самобытной культуры народов этой части света.

Ключевые слова: международное сотрудничество, памятники природы, истории и культуры, аспекты и приоритетные направления развития туризма.

THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN MODERNIZING THE ECONOMY OF THE COUNTRY

The authors attempt to analyze the development of tourism infrastructure in Turkmenistan. Potential and perspectives for the development of the domestic industry, which opens new directions in the global travel industry today, called attention to the tourism professionals from many countries. According to international experts, the development of incoming tourism in our country in the future will have a significant impact on the situation of the tourism industry of the entire region of Asia, creating demand and new, interesting proposals based on the unique historical and natural heritage, original culture of the peoples of this part of the world.

Keywords: international cooperation, monuments of nature, history and culture, issues and priorities for the development of tourism.

Сегодня туризм как самая динамично развивающаяся и потенциально ёмкая отрасль стала одной из ярких характеризующих черт нашего времени, реально обозначившейся во всех сферах нашей жизни и на наших глазах изменяющей среду и ландшафт, сам стиль жизни и взгля-

ды на мир. Туркменистан, обладая уникальными природными ресурсами и самобытной культурой, имеет огромный потенциал для развития въездного туризма.

Современные тенденции в этом сегменте международного рынка таковы, что туристы, хорошо изучившие известнейшие курорты мира, стремятся в те страны, где туристический сектор только начинает развиваться. С этой позиции привлекательность Туркменистана растёт, особенно заметна эта динамика на европейском направлении. Во многом этому способствовала и выставочная «экспансия» Туркменистана на известных экспозиционных площадках Европы: участие на международных выставках в Бельгии и Германии, в том числе на престижнейшей ITB Berlin, в Токио на Международной туристической выставке «JATA Travel Show case», которая является одной из крупных и популярных туристических выставок мира наряду с ITB в Берлине и WTM в Лондоне, в Сиане на Международной выставке «Silk Road International Expo», в Мадриде на 34-й международной туристической выставке «FITUR» – крупнейшем мировом туристическом мероприятии 2014 года, а также в Милане на Всемирной универсальной выставке «EXPO-2015».

Представители туркменской делегации также приняли участие в Форуме по торговле и туризму для стран Шёлкового пути. Актуальной темой обсуждения в этом контексте стали возможности налаживания прямых связей между предпринимателями разных стран, активного привлечения опыта крупнейших компаний, в частности, в области организации и управления туристическим бизнесом, а также подготовки высококвалифицированных кадров для этой отрасли. Кроме того, в Туркменистане ежегодно проводится международная выставка и конференция «Туризм и путешествия», который позволил конкретизировать направления делового сотрудничества, наладить обмен опытом и новейшими разработками в мировой практике.

Еще раз хотим подчеркнуть, что в настоящее время стал возрастать интерес деловых кругов Запада к Азиатскому региону, в том числе к Туркменистану, где с началом реформ в общественно-политической и социально-экономической жизни страны сектор туризма получил новую динамику в своём развитии. Особенно наглядно это проявилось в последние годы, когда в общем количестве туристских прибытий в нашу страну доля поездок со служебными целями заняла важное место, свидетельствуя об интенсивном наращивании международного партнёрства Туркменистана.

Сегодня свою значимую нишу на рынке делового туризма и в целом в деловой жизни страны уверенно занимает Национальная туристи-

ческая зона «Аваза». Национальную туристическую зону часто посещают гости – представители деловых кругов и крупного бизнеса стран как ближнего, так и дальнего зарубежья, которые, знакомясь с потенциалом края и условиями особой экономической зоны, проявляют готовность к участию в этом проекте.

Каспийское море – одно из самых больших и древних морей в мире. Туркменское побережье Каспийского моря отличается мягким климатом, наличием минеральных и грязевых источников, простирающимися на многие километры золотисто-песчаными пляжами, удивительными по красоте морскими пейзажами, а также богатством подводной флоры и фауны. По инициативе уважаемого Президента Туркменистана Гурбангулы Бердымухамедова на туркменском побережье Каспия претворяются в жизнь невиданные доселе проекты по строительству высококлассных международных санаториев. Эти проекты дают толчок быстрому развитию одной из важных отраслей экономики – туризму.

С открытием яхт-клуба у гостей курорта появилась возможность приобщиться к занятиям виндсерфингом, парусным и другими видами водного спорта. В частности, с 1 по 6 июля 2014 года, в Национальной туристической зоне «Аваза» прошел один из этапов Кубка мира – 2014 по виндсерфингу. Другими словами, Аваза стала пятым местом проведения данного мероприятия, приняв эстафету у венесуэльского острова Маргарита.

В нашей стране есть также множество природных уголков, заповедных зон, притягивающих к себе туристов первозданной красотой неповторимых ландшафтов, за которыми зачастую кроется целый спектр уникальных климатических и целебных факторов. И это делает Туркменистан очень привлекательным местом с точки зрения оздоровительного туризма, создает предпосылки для более активного продвижения нашей страны в данном секторе мирового рынка.

Особый интерес приезжающие в нашу страну зарубежные туристы проявляют к памятникам истории и культуры, расположенным по маршрутам Великого шелкового пути. Одним из самых востребованных туристических маршрутов является посещение Дашогузского велаята. Зарубежные туристы с большим интересом посещают *Государственный Куныяргенческий историко-культурный заповедник*, где находятся выдающиеся архитектурные памятники XII-XV веков. Особый интерес вызывает архитектурный памятник – мавзолей Тюрабекханум (XV), связанный с именем прославленной супруги правителя Куныяргенча Кутлуг-Тимура, правившего в 1321-1335 годах. Сооружение относится к числу выдающихся образцов мирового культурного наследия, цветное изображение его фантастически красивого купола имеется в любой из-

данной в Европе книге по искусству Центральной Азии или по восточной архитектуре. По авторитетному мнению искусствоведов, мавзолей Тюрабекханум уникален тем, что в мире нет ему аналогов, что он прекрасен по точности пропорций и богатству декоративного убранства.

Другими запоминающимися туристическими объектами являются мавзолей Ил-Арслана, Наджмеддина Кубра, Пирыр Вели, датированные XI-XIV веками, признанные образцами мировой архитектуры. Среди всех этих сооружений Куняургенча есть один необыкновенный памятник, который связан с именем великого суфийского шейха Наджмеддина Кубра (1143-1221), чье имя навеки вписано в историю ислама. В 2005 году памятники Куняургенча были внесены в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Среди древних городищ, разбросанных по территории Туркменистана и привлекающих к себе внимание археологов и туристов со всего мира, особое место занимает *Старая Ниса, Парфия* – одно из величайших государств, которые создали туркмены за свою долгую историю – просуществовала шесть столетий.

Правильно спланированный и рационально организованный туризм является сегодня одним из самых востребованных и при этом очень эффективным видом экспорта, не требующим вывоза материальных и природных богатств, то есть на месте предоставляющим потребителю услуги. К тому же индустрия туризма как ни одна другая отрасль экономики заинтересована в сохранении природы, культуры, облика исторических мест, генерирования вокруг них нового пространства с живой, яркой и активной жизнью. Одним из аспектов развития такого популярного туристического направления, как Старая Ниса является создание интерактивного «пояса» Государственного историко-культурного заповедника «Ниса», включающего, помимо информационной составляющей, рекреационно-развлекательную, художественную и торговую среду с сувенирными магазинчиками, арт-галереями и т.п.

На самом востоке Туркменистана высоко поднимаются отроги могучего Гиссарского хребта, входящего в Памиро-Алайскую горную систему. Этот горный массив называют *Койтендагом* – «непроходимым». Действительно, восточные склоны хребта изрезаны множеством каньонов и ущелий с высокими, в сотни метров, обрывами. С его западной стороны расположен знаменитый природный заповедник, раскинулись сельскохозяйственные угодья, здесь же – в недрах этого края – уникальная кладовая природных богатств. Памятники природы, как плато динозавров у селения Ходжапиль – всемирно известный палеонтологический объект, сохранивший следы динозавров верхнеюрской эпохи (150 миллионов лет назад), водопад Умбардере, величественный грот Кырккыз,

роща реликтовых деревьев унаби, красивейшие пещеры и провалы западного склона Койтендага, представляющие собой своеобразные «архивы» геологической истории Земли [2].

Среди местных достопримечательностей – самая высокая горная вершина страны – Айры-баба (3139 м), целебные сероводородные источники, эндемичные виды флоры и фауны, редкие растения и животные, занесённые в международную Красную книгу.

Организация здесь увлекательных туров предусматривает обустройство мест для посещения туристами с условием обеспечения их безопасности, в планах – сооружение канатной дороги от пещеры Кырк гыз до плато со следами динозавров, строительство кемпингов в окрестностях, базы для альпинистского центра в высокогорном ущелье Дарайдере, а также небольших гостиниц в селе Койтен, санатория на сероводородном источнике Гайнар баба в посёлке Гарлык, создание музея природы в Койтенданском заповеднике [3]. Кроме этого, уже ведётся подготовительная работа по внесению объектов Койтендага в Список всемирного наследия ЮНЕСКО, куда уже включены памятники *Древне-го Мерва, Куняургенча и Нисы*, являющиеся неотъемлемой частью мировой истории и культуры. Эта инициатива Президента Гурбангулы Бердымухамедова поддержана не только туркменскими учёными и специалистами, но и представителями мировой науки: известными учёными – геологами, спелеологами, палеонтологами и биологами.

Сегодня наша страна готовится к V Азиатским играм, которые состоятся в 2017 году в Ашхабаде. В настоящее время в столице высокими темпами ведётся строительство Олимпийского города. Крупным событием в жизни нашей страны и народа стало вручение Флага Олимпийского совета Азии городу Ашхабаду. Развернувшаяся в Туркменистане подготовка к Азиаде 2017 года, которую примет у себя Ашхабад, имеет исключительное значение как в плане повышения престижа Туркменистана в спортивном мире планеты, так и с точки зрения популяризации туристического потенциала нашей страны. Это открывает большие перспективы развития гостиничной, оздоровительной, рекреационной и спортивной базы национальной туристической индустрии и в целом туризма спортивной направленности в нашей стране.

Таким образом, преимущества Туркменистана как нового направления туризма состоят в уникальном сочетании основных компонентов: неповторимых природных ландшафтов, экологического и социального благополучия, этнографически-культурного своеобразия, наличия исторических ценностей мировой значимости и современной инфраструктуры гостеприимства.

Развитая индустрия отдыха сказывается и на развитии внутреннего туризма – в основном, это санаторно-курортное направление, паломнические туры и экологический туризм. В то время как въездной туризм характеризуется возрастающей долей деловых поездок и путешествий с целью знакомства с историко-культурным наследием Туркменистана.

Многообразная туристическая деятельность оказывает непосредственное воздействие на социальную, культурную, экономическую стороны жизни страны и отдельных ее регионов. Развитие спроса на услуги туризма вызывает формирование соответствующих сегментов рынка, стимулирует развитие отраслей туристской индустрии [3]. Динамика развития туризма характеризуется несколькими тенденциями:

- регионализация, что усиливается воздействием рекламы, выделения приоритетных для соответствующего региона видов туризма, разделение зимнего и летнего отдыха с определением соответствующих сезону регионов;
- различные типы интеграции обуславливают создание безвизового пространства.

Аспекты развития отраслей индустрии туризма в Туркменистане, состоят в следующем:

- идет процесс формирования национальных туркменских гостиниц, при улучшении качества и комфортности гостиничного номерного фонда и качества услуг размещения;
- увеличивается общий объем перевозок туристов и одновременно наблюдается изменение структуры перевозок различными видами транспорта, при этом высокая стоимость транспортных перевозок различными видами транспорта;
- введение финансовых гарантий профессиональной ответственности туроператоров способствовало уходу с рынка фиктивных фирм, повышению качества исполнения обязательств туроператоров перед туристами и качества обслуживания;
- повышение требований к профессионализму кадров, занятых в сфере туризма, создали предпосылки для уточнения концепции подготовки специалистов в системе высшего и среднего профессионального образования, выработке инновационных подходов к методологии обучения, согласованию различных уровней образовательной системы, определению потребности в специалистах и т.п.

Приоритетными направлениями развития туризма являются: формирование туристической индустрии в Туркменистане; использование мирового опыта для целенаправленного создания туристической инфраструктуры с учетом природных особенностей страны; формирование гостиничного хозяйства; инвестиционная деятельность в туристской

(гостиничной) индустрии; посредническая деятельность в организации туризма; активизация спроса на услуги внутреннего (въездного, выездного) туризма; особенности формирования рынков отдельных видов туризма (рекреационного, спортивного, горнолыжного, делового, экологического, паломнического и др.); государственное регулирование и поддержка въездного (внутреннего) туризма; маркетинговые подходы к формированию туристского продукта в конкретном виде туризма; ценообразование на услуги туризма; использование современных информационных технологий в туризме; рекламная (выставочная) деятельность в туризме; инвестиции и формирование туристической инфраструктуры.

Список литературы

1. Курбанов О. Р., Аширова О. Х., Ибрагимов А. С. Краткая история изучения памятников природы Туркменистана. Серия «Памятники природные». Ашгабат, Ылым, 2007. 70 с.

2. Бурханов А. А., Бушмакин А. Г. Древности Койтендага. Памятники природы и истории Юго-Восточного Туркменистана // Серия «Материалы и исследования по древней и средневековой истории и археологии бассейна Амударьи». Выпуск 16. Казань, К(П)ФУ – Институт истории АНТ, 2014. 48 с.

3. Бушмакин А., Бердыева А. Аспекты развития туристской индустрии в Туркменистане // Образование, спорт и туризм в эпоху могущества и счастья: материалы Международной выставки и научной конференции. Ашгабат, Ылым, 2012. 540 с.

УДК 347.46

Кусков А. С.¹, Сирик Н. В.²

¹ практикующий юрист Центра защиты прав потребителей, г. Саратов, askuskov@mail.ru,

² заведующая кафедрой гражданского права, канд. юрид. наук, доцент, Смоленского гуманитарного университета, nsirik@yandex.ru

ДОГОВОРНЫЕ ОТНОШЕНИЯ ТУРОПЕРАТОРОВ И ТУРАГЕНТОВ: ПРОБЛЕМЫ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ПРАВОПРИМЕНИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Авторами выявляются проблемы правоприменительной практики в части регулирования правоотношений, возникающих между туроператорами и турагентами в рамках агентского договора. Агентские правоотношения недостаточно

урегулированы действующим законодательством, в связи с чем наблюдаются проблемы и в практике правоприменения. В статье анализируются соответствующие примеры из судебной практики.

Ключевые слова: агентский договор, туроператор, турагент, турист, сфера туризма.

CONTRACT TOUR OPERATORS AND TRAVEL AGENTS: LEGISLATIVE ISSUES REGULATION AND PRACTICE

Annotation. Authors problems of law-enforcement practice regarding regulation of the legal relationship arising between tour operators and travel agents within the agency contract come to light. Agency legal relationship are insufficiently settled by the current legislation in this connection, problems and in practice of right application are observed. In article the corresponding examples from jurisprudence are analyzed.

Keywords: agency contract, tour operator, travel agent, tourist, sphere of tourism.

Договор, заключаемый между туроператором и турагентом, предусмотрен ст. 9 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [1] (далее – Закон о туризме) и сконструирован законодателем по модели агентского договора, но в то же время не квалифицирован в качестве такового. Проект Федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях усиления ответственности участников туристского рынка и повышения уровня правовой защиты туристов, выезжающих за пределы территории Российской Федерации» [2] (далее – Проект) предусматривает легализацию агентского договора. Так, в п. 4 Проекта указано, что продвижение и реализация турпродукта осуществляются турагентом на основании агентского договора.

Для сферы туризма особенности агентского договора заключаются в том, что, несмотря на то, от чьего имени заключается договор о реализации туристского продукта, ответственным перед туристом остается туроператор. В соответствии со ст. 9 Закона о туризме и п. 50 Постановления Пленума Верховного Суда «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» [3] туроператор несет предусмотренную законодательством РФ ответственность перед туристом и (или) иным заказчиком за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта (в том числе за неоказание или ненадлежащее оказание туристам услуг, входящих в туристский продукт, независимо от того, кем должны были оказываться или оказывались эти услуги). Также указывается, что туроператор отвечает перед туристами и (или) иными заказчиками и за дей-

ствия (бездействие), совершенные от имени туроператора его турагентами в пределах своих обязанностей (полномочий).

Правоприменительная практика тоже идет по этому пути, возлагая ответственность за неисполнение обязательств перед туристами на туроператора, по вине которого стало невозможным оказание им туристских услуг, и которым не представлено доказательств невозможности исполнения принятых на себя обязательств, и на страховую компанию, застраховавшую ответственность туроператора [4].

Это положение подтверждено и Определением Конституционного Суда РФ «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы общества с ограниченной ответственностью «Пегас-Новосибирск» на нарушение конституционных прав и свобод частью пятой статьи 9 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [5], в котором указывается, что туроператор несет ответственность перед туристом и (или) иным заказчиком по договору о реализации туристского продукта независимо от того, заключен такой договор турагентом от своего имени или от имени туроператора.

В связи с этим интересно следующее судебное решение.

С. подала иск к ООО «Роза ветров» (турагент), пояснив, что она заключила с турагентом договор о подборе, бронировании и приобретении тура. Однако турагент, получив предоплату за бронь, не предоставил истнице соответствующих документов (виза, загранпаспорт), в результате чего поездка не состоялась. Судом первой инстанции в качестве соответчиков были привлечены туроператор и страховая компания. Туроператор в возражениях указывал на то, что между ним и турагентом был заключен договор публичной оферты, согласно которому турагент реализует туры от своего имени, а соответственно и должен нести всю полноту ответственности. Железнодорожный районный суд г. Красноярска решением от 29.04.2014 г. взыскал требуемую истницей сумму солидарно с турагента, туроператора и страховой компании. Красноярский краевой суд оставил решение суда первой инстанции без изменений, а апелляционную жалобу без удовлетворения [6].

В указанной ситуации суд квалифицировал договор публичной оферты, заключенный между туроператором и турагентом, как агентский договор. Однако часть ответственности по договору о реализации туристского продукта была возложена на турагента, который не смог представить убедительные доказательства перевода денежных средств туриста на счет туроператора. Ответственность, согласно вышеуказанному решению, должна возлагаться и на туроператора, который в соответствии с договором о реализации туристского продукта, а также по ст.

9 и 10 Закона о туризме должен нести ответственность за действия своих турагентов.

Одним из положений агентского договора в сфере туризма является условие о штрафе за расторжение договора. Представляет интерес Определение Верховного Суда РФ от 02.12.2014 г. по делу № 310-ЭС14-142 [7], в котором указывается, что независимо от того, по какой модели посреднического договора стороны оформили свои отношения в соответствии с нормами гражданского законодательства об отдельных видах обязательств, цель их деятельности – реализация туристского продукта туристу-потребителю – обуславливает необходимость регулирования их отношений также нормами законодательства о туристской деятельности и защите прав потребителей, о возмездном оказании услуг. В силу п. 2 ст. 782 Гражданского кодекса РФ, а также ст. 32 Закона РФ «О защите прав потребителей» турист (как потребитель) вправе отказаться от исполнения договора в любое время при условии оплаты исполнителю (туроператору) фактически понесенных им расходов, связанных с исполнением обязательств по данному договору.

Названная гарантия предоставлена туристу императивными нормами законодательства и предполагает встречные обязательства на стороне туроператора и турагента обеспечить туристу право на односторонний отказ от туристского продукта в любое время при условии компенсации туроператору (турагенту) фактически понесенных ими расходов, обусловленных предоставлением конкретного туристского продукта, наличие которых они должны доказать. Данный подход подтверждается сложившейся судебной практикой [8]. При этом субагент (ответчик), направивший истцу (агенту) сообщение об отмене бронирования тура, действовал как посредник между туристом и туроператором, выражая не собственную юридически значимую волю на аннулирование тура, но передавая через агента туроператору волю туриста на расторжение договора о реализации туристского продукта, допустимое согласно нормам ст. 310, 792 Гражданского кодекса РФ, ст. 32 Закона РФ «О защите прав потребителей», ст. 10 Закона о туризме.

Таким образом, в силу своей правовой природы к фактически понесенным при реализации туристского продукта расходам не относится заранее оцененная штрафная неустойка туроператора (турагента). Применение иного подхода, основанного на отсутствии доказательств фактически понесенных затрат туроператором (турагентом), означает возложение на посредника (субтурагента) несоразмерного бремени возмещения расходов (штрафной неустойки), взыскание которых с заказчика туристских услуг невозможно в силу требований закона и свидетельствует о нарушении баланса прав сторон таких отношений.

Итак, агентский договор широко применяется для регулирования отношений между туроператором и турагентом. Конечной целью договора агентирования является установление договорных обязательств между туроператором и туристом. Данный вид договора идеально подходит для организаций в сфере туризма, так как отношения между ними, как правило, носят длительный характер. Кроме того, такой договор позволяет возложить на агента помимо совершения юридических действий (заключения договоров с туристами), совершение различных фактических действий – проведение рекламных мероприятий, маркетинговых исследований и т. п. Полагаем, что изменения, вносимые Проектом и касающиеся определения правового статуса турагента, позволят определить и разграничить ответственность субъектов агентского договора друг перед другом и перед туристами.

Список литературы

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ (в ред. от 03.05.2012 г. № 47-ФЗ) // СПС «КонсультантПлюс».

2. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях усиления ответственности участников туристского рынка и повышения уровня правовой защиты туристов, выезжающих за пределы территории Российской Федерации: Проект Федерального закона № 677890-6 от 16.09.2014 г. (в ред. от 16.12.2014 г.) // СПС «КонсультантПлюс».

3. О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей: Постановление Пленума Верховного Суда от 28.06.2012 г. № 17 // СПС «КонсультантПлюс».

4. Определение Санкт-Петербургского городского суда от 11.02.2014 г. № 33-2238/14 // СПС «КонсультантПлюс».

5. Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы общества с ограниченной ответственностью «Пегас-Новосибирск» на нарушение конституционных прав и свобод частью пятой статьи 9 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»: определение Конституционного Суда РФ от 17.07.2014 г. № 1691-О // СПС «КонсультантПлюс».

6. Апелляционное определение Красноярского краевого суда от 17.11.2014 г. по делу № 33-10840/2014 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://kraevoy.krk.sudrf.ru/>

7. Определение Верховного Суда РФ от 02.12.2014 г. по делу № 310-ЭС14-142 // СПС «КонсультантПлюс».

8. См.: п. 1 Обзора Верховного Суда РФ по отдельным вопросам судебной практики о применении законодательства о защите прав потребителей при рассмотрении гражданских дел, утвержденного Президиумом Верховного Суда РФ от 01.02.2012 г.; Постановление Президиума ВАС РФ от 17.01.2012 г. № 11292/11; Определение Верховного Суда РФ от 28.06.2011 г. № 51-В11-3 // СПС «КонсультантПлюс».

ПРОБЛЕМОЛОГИЯ ОБРАЗОВАНИЯ В СИСТЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ПОНЯТИЙНОГО АППАРАТА В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

В статье рассматривается образовательная проблема систематизации понятийного аппарата (терминов, дефиниций и понятий) формирующегося научного направления «Туризм и Гостеприимство» в структуре дисциплины «Проблемология образования». Данная проблема разрастается и углубляется не только с развитием цивилизации и туристской деятельности или включением специалистов других научных направлений, но и с отсутствием унификации и систематизации базовых понятий.

Ключевые слова: систематизация туристских терминов, дефиниций, понятий (туризм и туристская деятельность, туристский продукт и туристская услуга (тур), классификация категорий (формы, виды и типы туризма, туристской деятельности, тура, средств размещения и обслуживания).

THE PROBLEMOLOGY OF EDUCATION IN THE SYSTEM OF FORMING THE BASIC NOTIONS IN TOURISM AND HOSPITALITY

The article deals with the educational issue (problem) of the systems of basic notions (terms usage, definitions and notions) of the scientific trend «Tourism and Hospitality» to be formed in the structure of the discipline «Problemology of Education». This trend is developing and becoming more profound, depending on the civilization evolution and tourism activity or by means of including the specialists of other scientific trends but also with the lack of unification and basic notions arrangement.

Keywords: Problemology of education, arrangement of tourist terms, definitions and notions (tourism and tourist activity, tourism product and tourism service –tour, classification of categories (forms, aspects and types of tourism, tourist activity, tour and means of accommodation).

Современная проблема профессионального образования в туризме и гостеприимстве определилась основным противоречием между появлением учреждений высшего уровня образования и отсутствием науки.

«Наука – сфера человеческой деятельности, функции которой – выработка и теоретическая систематизация объективных знаний о действительности» [1].

Необходимость теоретической систематизации знаний о туризме и гостеприимстве определилась институциональными изменениями в общественном развитии. Институциональность рассматривается как развитие необходимых правовых норм или организационных структур в образовании и связанных с ними социальных норм и регуляторов поведения. «Образовательный процесс выступает в качестве «исходной территории, на которой происходит встреча индивида с наукой» [2, с. 104].

На сегодняшний день проблематичность образования, вызванная кризисом цивилизации и всей ее социально-экономической системы, только усложняется и становится специфической задачей новой науки о проблемах и процессах их решения – проблемологии [3]. Проблемология как особая область знаний возникла недавно, термин появился в 1971 году в книге академика В. М. Глушкова и др. «Человек и вычислительная техника» и в тезисах румынских ученых как «теория проблем».

Разработка проблемологии определяется методологическим оснащением теории туризма и гостеприимства [4].

Кроме того, настоятельным требованием времени является разработка новой философии образования как «Философские проблемы образования», адекватной современной реальности [2].

Исследования по вопросам проблемологии в туристском образовании привели к разработке направления «Туристская проблемология» [4].

Необходимость разработки и внедрения научного содержания профессионального образования было изложено в учебно-методическом пособии «Освіта в туризмі» [5].

Проблема компетентности специалистов как условие формирования профессионального мышления была раскрыта в монографии «Проблема образования в туризме и гостеприимстве» [6].

Проблема профессионального образования в туризме и гостеприимстве требует формирования профессионального мышления, определения концептуальности, системности, академичности содержания обучения, адекватности терминологического аппарата в туризме и гостеприимстве через разработку новой дисциплины «Проблемология образования в туризме и гостеприимстве».

Первичной проблемой является профессионализм преподавательских кадров. Современный профессионализм, профессиональная компетентность преподавателя определяются интеллектуальной способностью понимать, оперировать, конструировать новые требуемые теории и знания, владеть процедурами генерирования новых знаний в туризме и гостеприимстве.

Центральной проблемой образования является проблема формирования мышления. Мышление поддается формированию в процессе обу-

чения. Первая ступень формирования мышления – это формирование понятий [7]. Особенность профессионального мышления в сфере услуг определяется понятием «гостеприимство», которое является одним из таких фундаментальных понятий человеческой цивилизации, как «абсолют культуры», рассматриваемый как универсальная традиция повседневно-бытовой культуры и как профессиональный процесс, этапы которого развиваются во времени и пространстве.

Сегодня наиболее сложной проблемой в образовании («болевого точкой») становится «неадекватная деятельность» по разработке профессиональных стандартов и содержания обучения без учета специфики разных уровней подготовки специалистов для сферы услуг, их квалификационных характеристик. Отсутствие системности в таком стандарте и содержании обучения, несогласованность нормативных дисциплин с требованиями отрасли знаний в сфере услуг, непрофессионализм приводят к неадекватному завершению учебного процесса. Системность подготовки специалистов разных уровней образования в туризме и гостеприимстве определяется профессиональным мышлением специалиста, формирование которого определяется совокупностью содержания системы общей профессиональной модульной триады: «Рекреация-Технология-Организация» [5]. Такая блочно-модульная система является общей для специальностей: «Туризм», «Гостиничная индустрия», «Гастрономическая индустрия», «Рекреация» и отвечает критериям отбора содержания образования по условиям ценностной ориентации, творчества и научности

Т. е. не практическая деятельность в туризме и гостеприимстве, а практика высшего образования привела к необходимости систематизации знаний и формированию учений о туризме и гостеприимстве, разработка которых и внедрение в учебные планы определялись исключительно субъективным или чисто практическим пониманием туризма и гостеприимства либо особенностями специальности высших учебных заведений. Отсюда возникли неадекватность трактовки и противоречия в употреблении понятий и терминов, приводящая к запутанности изложения учебного материала, потери смысла или повторов, порождающих взаимное непонимание в среде ученых, преподавателей, руководителей и студентов.

Противоречия фиксируются в проблемной ситуации, преодоление которой определяется точностью репрезентации (представление объекта понятийным образом с процедурой обоснования понятий, их смыслового и терминологического совпадения) [2].

Понятийно-терминологический аппарат является необходимым условием любой науки, зарождающейся или достигнувшей определенного уровня развития, и требует постоянного внимания.

Кроме того, современные интеграционные процессы в естественнонаучных, технических и гуманитарных дисциплинах повлияли на терминологический аппарат в туризме, введение новых терминов и терминологических оборотов. Процесс проникновения понятий одной области науки в другую в общем-то спонтанный, построенный на «лингвистической диффузии» и практически не управляемый. Педагогики, психологи, философы, историки, социологи, географы, архитекторы, экономисты, внедряясь в новую сферу – туризм и гостеприимство – и опираясь на различные источники, содержание которых «запутывает и стесняет собственное мышление», «изобретают» свои термины и терминологические обороты и используют их в том значении, которые им сами приписывают.

«Одной из наиболее очевидных проблем современной науки о туризме является неразработанность терминологии. Даже поверхностный анализ специализированной литературы обнаруживает много принципиальных разночтений при сравнении дефиниций, предлагаемых разными авторами» [8, с.4].

На необходимость упорядочения системы педагогических понятий указывает и педагог-теоретик В. Е. Гмурман: «Одна из тенденций развития современного знания состоит в том, чтобы свести число теоретических понятий в каждой из научных дисциплин к возможному минимуму».

Используя терминологический аппарат ВТО, необходимо помнить, что Всемирная туристская организация разрабатывает не стандарты, а рекомендации для тех, кто занимается туризмом, предлагая, при этом, учитывать терминологические особенности, исторически сложившиеся в определенном регионе.

Стремление использовать иностранный термин, не «осознавая» его истинного значения и без обоснования и необходимости включения в научный обиход, приводит к снижению уровня «теоретического осмысления практики».

(«Формы тура: Inclusive- , Exclusive- , Incentive»; «Виды тура: utgoing – уходящий, Incoming – прибывающий, Inside – внутренний»..

«Прежде всего, основываясь на географии туроперейтинга, можно выделить аутгоинговых, инкаминговых, и инсайд-туроператоров».!!!).

Одновременно, используя иностранный английский термин *serviсe* – обслуживание, услуга (от лат *servio* – «служить и используется», *servitus* – «рабство», *servus* – «раб»), соединяют его с терминами славянскими – «услуга», «обслуживание» в неудобоваримые фразы: «Сервис послереализуемого обслуживания», «Сервис информационного обслуживания», и т.д.

«Между тем четкость и однозначность терминологии – неременное требование методологии науки, и для нее вовсе не безразлично, ка-

кие слова употребляются, из какой понятийной и лексической среды они взяты» [9, с. 53].

Отсутствие единой специальной предметной терминологии приводит к «терминологическому хаосу». Так, ставя знак равенства между терминами «туризм», «туристская деятельность» и «туры», исследователи туризма из разных отраслей знаний трактуют их неадекватно.

Терминологическое изобретательство («сервисизация предоставления... услуг»!!!) возможно только потому, что нет науки. Там, где есть наука, особенно имеющая многовековую историю, термины обновляются очень медленно, несмотря на интеграционные процессы.

Терминологическая путаница возникает при отсутствии научного подхода выявления ранга термина в классификации, позволяющей определить систему соподчиненных понятий (в виде «графических и табличных обучающих моделей: форма, вид, тип»), устанавливающих таксономические связи между внешним и внутренним содержанием явления или предмета [6].

Форма – внешнее выражение сущности явления или предмета через условия его внешнего очертания, контура. Вид – внешний признак внутреннего выражения сущности явления или предмета через его таксономический статус. Тип – внутреннее выражение признака явления или предмета по условиям его таксономической зависимости [6].

Классификация категорий: форма туризма, вид туризма, тип туризма

Термин	Форма туризма (туристской деятельности, тура, гостеприимства) Таксономический ранг 1 – внешнее очертание; контур явления туризм	Вид туризма (туристской деятельности, тура, гостеприимства) Таксономический ранг 2 – внешний признак явления туризм	Тип туризма (туристской деятельности, тура, гостеприимства) Таксономический ранг 3 – внутренний признак явления туризм
Дейфинция	- внешнее выражение сущности явления туризм через условия его организации	- внутреннее выражение сущности явления туризм через его социально-экономический статус	- внутреннее выражение сущности явления по условиям его мотивации
Понятие	Социальное явление, включающее организационные формы (организованный, неорганизованный) перемещения туристов в определенном пространстве, на определенное время, с определенной целью	Важная экономическая составляющая, отражающая социально-экономический статус явления туризм (въездной, выездной, внутренней), приносящая доход определенным территориям и стране	Важная мотивационная составляющая как движущая сила и побуждение к перемещению с целью удовлетворения всего спектра потребностей (рекреационные, познавательные, деловые, религиозные, этнические, экзотические, спортивные)

Именно отсутствие системы знаний о самом туризме и терминологическом аппарате, который должен определяться исходя из выявления различий и генетической зависимости между туристскими дефинициями: туризм и туристская деятельность, туристский продукт и туристская услуга (тур), и категориями (формы, виды и типы туризма, туристской деятельности, тура и средств размещения), привело не только к проблеме в образовании, но и в туристской практике через законодательную и нормативную деятельность (см. таблицу).

Критерием истинности понятийного аппарата в условиях его научно-теоретического развития является синтаксическая простота: оптимальность, удобство применения, способов выражения и трансляции [2].

«Истинность научных утверждений должна оцениваться независимо от возраста, статуса, расы, титулов и званий тех, кто их выражает». Проблема заключается в том, будут ли эти утверждения «актуализироваться в этико-теоретическом дискурсе, проговариваться на уровне проблемных ситуаций» науки [10].

Проблемная особенность подготовки специалиста туризма и гостеприимства и формирования его профессионального мышления может быть разрешена моделированием, фундаментализацией, концептуализацией, академичностью, систематизацией содержания обучения и понятийного аппарата; обучением по уровням инновационного профессионального образования на основе разработки КОНЦЕПЦИИ формирования НАУЧНОЙ ШКОЛЫ ОБРАЗОВАНИЯ в туризме и гостеприимстве.

Список литературы

1. Советский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990.
2. Философия науки: учеб. пособие для аспирантов и соискателей. Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 496с.
3. Фридман Л. М. Основы проблемологии. Изд.3-е. М.: ЛИБРОКОМ. 2013. 224 с.
4. Пазенок В. С. Туризмология. Теоретический образ туризма. К.: Альтер-прес, 2012. 277с.
5. Лук'янова Л. Г. Освіта в туризмі: навч.-метод. посіб. К.: Вища шк., 2008. 719 с
6. Лукьянова Л. Г. Проблема образования в туризме и гостеприимстве: монография. Киев: 2015. 260с.
7. Кларин М. В. Инновации в мировой педагогике: обучение на основе исследования, игры и дискуссии. (Анализ зарубежного опыта). Рига, НПП «Эксперимент», 1998. 180 с.
8. География туризма: учебник / кол. авторов; под ред. А.Ю. Александровой. 2-е изд., испр. и доп. М.: КНОРУС, 2009. 592 с

9. Краевский В. В., Полонский В. М. Методология для педагога: теория и практика: учеб. пособие. Волгоград: Перемена, 2001.

10. Суходуб Т. Этика вченого: розв'язана проблема? // Освіта і управління. 2003. Т. 6. №2. С.37-43.

УДК 338.48

Рукомойникова В. П.,

канд. филол. наук, доцент кафедры социальных наук и технологий,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

ОБЗОР ИНДИКАТОРОВ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОГРАММ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА (на примере Приволжского федерального округа)

В статье проведен анализ долгосрочных программ развития туризма регионов Приволжья. Особое внимание уделено индикаторам эффективности, заложенным в программах развития. Индикаторы распределены по степени значимости, определены группы регионов по степени разработанности раздела об эффективности.

Ключевые слова: долгосрочные программы развития туризма, индикаторы эффективности, туристская дестинация.

REVIEW OF TOURISM PERFORMANCE INDICATORS IN DEVELOPMENT PROGRAMS OF VOLGA FEDERAL DISTRICT

The article analyzes the long-term programs of development of tourism regions of Volga. Particular attention is paid to the performance indicators laid down in development programs. Indicators are distributed in order of importance, identified by the group of regions in the degree of elaboration of the section on effectiveness.

Keywords: long-term program of development of tourism, performance indicators tourist destination.

Анализ региональных программ развития туризма Приволжья свидетельствует о том, что в индикаторах оценки эффективности, заложенных в программах, нет единства. Во всех региональных программах содержатся разрозненные указания на количественные и качественные критерии проведения оценки. Настоящая статья – попытка рассмотреть и обобщить плановые показатели, заложенные в региональных программах развития туризма в Приволжье.

В рейтинге значимости индикаторов первое место следует отдать *увеличению потока посетителей*. В то же время намеченные показатели

во всех 14 регионах ПФО сильно расходятся. Так, Нижегородская область заявляет об увеличении потока посетителей к концу реализации программы на 22 %, Чувашская Республика на 20 %. Республика Татарстан при оптимистическом прогнозе планирует увеличить турпоток на 22 %, при пессимистичном – на 16 %. Республика Башкортостан разграничивает турпоток, увеличивая на 20 % иностранных граждан, на 5 % – российских. На фоне остальных регионов Приволжья Ульяновская область ожидает феноменальных результатов: приток иностранных граждан должен увеличиться на 86 %, российских – на 30 %. Ожидания Саратовской области еще более завышены: увеличить турпоток иностранных граждан на 92 %. В то же время саратовские чиновники скромнее в ожиданиях роста турпотока граждан РФ на территорию области: увеличение планируется на 19 %.

В программе Республики Башкортостан сделаны уточнения по потоку социальных туристов. Так, количество граждан пожилого возраста и инвалидов, воспользовавшихся предложенными туристскими продуктами и отдохнувших в социальных турах, должно увеличиться на 348 %. Отметим, что Башкортостан – единственный регион ПФО, который вкладывает на сайте министерства отчеты о результатах реализации подпрограммы «Развитие социального туризма в Республике Башкортостан» [1].

Второе место по значимости отводится в программах показателю *оборот сферы туризма*. Заметим, что цифры у всех регионов ПФО здесь достаточно реалистичные. Так, ежегодное увеличение объема платных туристских услуг ожидается на 6,5 % в Нижегородской области, на 10 % – в Чувашии, на 12 % – в Республике Татарстан, на 13 % – в Саратовской и на 15 % – в Ульяновской областях.

Третий показатель – это *количество специалистов, занятых в сфере туризма*. Ожидания по подготовке кадров сильно расходятся. Минимальные требования по увеличению специалистов в сфере туризма заявлены в программе Республики Башкортостан – на 8 %. Ульяновская область планирует увеличить количество подготовленных специалистов на 30 %, Татарстан – на 37 %, Чувашия – на 44 %, Удмуртия – на 81 %. В то же время не во всех программах отражено, какие средства заложены на повышение квалификации и подготовку кадров.

Четвертый критерий – *повышение качества обслуживания*. В большей степени он носит декларативный характер, лишь в двух программах нам удалось найти некоторые намеки на показатели оценки качества. Так, Пермский край планирует увеличить число участников краевых конкурсов по повышению качества обслуживания – не указывая, на сколько. Пензенская область заявляет о повышении уровня удо-

влетворенности населения качеством предоставления государственных и муниципальных услуг в сфере культуры – только не уточняет деталей.

Пятый показатель – это *увеличение объема инвестиций*. Так, например, в Республике Башкортостан он должен вырасти на 66 %, а в Удмуртии инвестиции в туриндустирию должны увеличиться на 77 %. Во всех остальных программах цифры не уточняются.

Шестой индикатор – это *имиджевый эффект*, который также в большинстве случаев носит декларативный характер. Следует выделить Ульяновскую и Саратовскую области, в программах которых приведены уточнения. Так, в Ульяновской программе заявлено увеличение с 3 до 7 единиц количества международных и всероссийских выставок.

Седьмой индикатор – *разработка и апробация турмаршрутов*. Заметим, что многие регионы Приволжья избегают конкретики по такому важному показателю. В то же время следует отметить программу Саратовской области, в которой заявлено увеличение: разработанных проектов туристических кластеров – до 2 единиц; новых проектов туристического профиля – не менее 4 единиц; новых туристических маршрутов по области, реализованных региональными туроператорскими компаниями, – с 7 единиц в 2013 году до 10 единиц в 2016 году [2]. Таким образом, проведенный нами обзор заявок, присланных регионами ПФО в Ростуризм на включение в госпрограмму, говорит о крайней пассивности большинства комитетов по туризму.

Что касается Республики Марий Эл, то в целевой программе развития туризма на 2011-2016 годы не детализируется ожидаемое число туристических прибытий, увеличение объема платных туристических услуг и прочих показателей, заложенных в большинстве программ, проанализированных выше. Более того, в программе Республики Марий Эл нет раздела с оценкой эффективности запланированных мероприятий.

Таким образом, в каждой из четырнадцати проанализированных региональных программ предлагаются разные методики расчета, так же как и различные индикаторы эффективности. Плановые цифры, ожидаемые в результате реализации программ, указаны не везде. Ряд программ носят декларативный характер и не отличаются продуманностью деталей. Разработка единой системы индикаторов оценки эффективности реализации программ развития туризма может стать полезной при совершенствовании существующих программ развития туризма как для отдельных регионов, так и для страны в целом. Актуальность оценки эффективности программ развития туризма еще более остро ставит вопрос разработки единых показателей ожидаемых конечных результатов программ развития туризма в региональных стратегических программах и системы организации контроля за выполнением программ, которые

пока отсутствуют. Одним из важнейших принципов контроля за выполнением программ развития туризма должны стать их открытость и оперативная доступность, отчеты о результатах должны быть доступны широкому кругу пользователей и размещены на сайтах министерств по туризму в регионах.

Список литературы

1. Отчет о реализации подпрограммы «Развитие социального туризма в Республике Башкортостан» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://mintrudrb.ru/programs/program_tourizm/ (дата обращения 31.10.2015)

2. Об утверждении государственной программы Саратовской области «Развитие физической культуры, спорта, туризма и молодежной политики на 2014-2016 годы»: постановление Правительства Саратовской области от 3 октября 2013 года № 526-П. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/467702355> (дата обращения 31.10.2015)

УДК 338.012

Гордеева О. И., студентка;

Зюляев Н. А.,

канд. экон. наук, доцент кафедры сервиса и туризма,
gordolg.iljin@mail.ru,

Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

ВЛИЯНИЕ ПОЛИТИКИ НА ВЪЕЗДНОЙ И ВЫЕЗДНОЙ ТУРИСТСКИЕ ПОТОКИ

В статье дается характеристика современного уровня развития въездного и выездного туризма в регионах России, проводится анализ динамики въездных и выездных туристских потоков. Рассматриваются последствия санкций в сфере туризма для России и оценка их значимости для мировой экономики при помощи статистических данных. Обозначаются важнейшие приоритеты государственной политики в области развития туризма в РФ.

Ключевые слова: въездной и выездной туризм, политика, санкции.

INFLUENCE POLICY FOR INCOMING AND OUTBOUND TOURIST FLOWS

The article describes the current level of development of inbound and outbound tourism in Russia's regions, the analysis of the dynamics of entry and exit of tourist flows. We consider the effects of sanctions in the field of tourism to Russia and to assess

their significance for the world economy with the help of statistical data. Indicates important priorities of state policy in the field of tourism development in the Russian Federation.

Keywords: incoming and outgoing tourism tourism, politics, sanctions.

Международный туризм играет огромную роль в современной мировой экономике. Это подтверждается многочисленными статистическими данными. В мировом совокупном экспорте доля туристских услуг составляет 6 %. На туризм приходится примерно 1/4 мирового рынка услуг – 24 % мирового импорта и 25 % мирового экспорта.

Также международный туризм обеспечивает около 9 % мирового ВВП и 1/11 рабочих мест во всем мире, что подтверждает его значимость в социально-экономическом развитии стран-участниц мирового туристского рынка [1].

Россия как крупнейшая страна в мире обладает огромным туристским потенциалом. При соответствующем уровне развития инфраструктуры, по оценкам экспертов, она способна принимать в год порядка 40 млн иностранных туристов [3].

Однако по состоянию на 2014 г. фактический показатель въезда иностранных граждан на территорию РФ с туристическими целями составил чуть меньше 2,6 млн чел. Еще примерно 6,3 млн чел. въехали со служебными целями, что можно рассматривать как показатель делового туризма, – итого 8,9 млн иностранных туристов в год [5].

По итогам 2014 года из России с туристическими целями выехало почти 18,3 млн человек. Турпоток вырос на 19,3%, сообщает Росстат. Въездной поток туристов в 2013 году вырос всего на 3,7% и составил почти 2,7 млн человек.

Введение экономических санкций в отношении России в результате эскалации конфликта на востоке Украины привело к резкому снижению туристского потока в РФ из стран Евросоюза в 2014 г. Наибольшее снижение зафиксировано по Финляндии – минус 27 % и 68,6 тысяч туристов в 2014 году. Турпоток из США, которые занимают 3-е место в общем рейтинге стран – поставщиков туристов в Россию, составил 162 тыс. человек, что на 18 % меньше, чем годом ранее. Количество туристов из Германии (2-е место) сократилось на 2 % и составило 349,5 тыс. человек. Из Великобритании (5-е место) в 2014 году в Россию приехало на 15 % меньше туристов (134,3 тыс. человек), из Италии (7-е место) – на 9 % меньше, а из Франции (8-е место) – на 2 % меньше. Испания в этом году оказалась за пределами ТОП-10 и поставила в Россию 60,4 тыс. туристов. Это на 14 % меньше, чем в 2013 году.

В то же время отмечается рост туристского потока из стран Азии. Китай стал главным поставщиком туристов в Россию в 2014 году (1-е

место в общем рейтинге). Турпоток из этой страны достиг 410 тысяч, что на 10 % больше, чем в 2013 году. Количество туристов из Южной Кореи выросло на рекордные 58 %. Турпоток из этой страны составил 82,5 тыс. человек (9-е место).

По итогам 2014 года Турция заняла 4-е место в общем рейтинге поставщиков туристов в Россию. Турпоток из Турции составил 134,7 тыс. человек, что на 10 % больше, чем в 2013 году. Сейчас по понятным причинам ситуация изменилась.

Санкции и геополитические разногласия не отразились и на турпотоке в Россию из Израиля (6-е место). В 2014 году Россию посетило 108,2 тыс. граждан этой страны, что на 17 % больше, чем годом ранее [4].

Что касается выездного туризма, в свете международных санкций страны Европы заявляют об уменьшении числа туристов из России, срыве турсезона и прочих признаках туристского кризиса. Однако, по данным Минкультуры, объем выездного туризма в России снизился только на 4-5 %. [6]

Но при этом сильный удар нанесла девальвация по российским туристам, обрушив главным образом европейское направление, продажи по которому сократились в сезоне 2014 года, по данным туроператоров, на 30-50 %.

В целом же наблюдается определенный спад на скандинавском направлении, главная причина которого кроется прежде всего в скачкообразном движении валютного курса, нестабильной общеполитической ситуации, снижении покупательской способности россиян.

Ухудшение общей экономической ситуации в России, введение процедуры обязательной дактилоскопии для российских туристов при выдаче Шенгенских виз, грядущее повышение госпошлин за оформление загранпаспортов – все это ограничивает активность на российском туристском рынке. Вторая половина 2014 г. обозначила явную тенденцию перераспределения спроса с европейских направлений на безвизовые курорты Турции и Египта (+20–25 %), представляющие самый низкий ценовой сегмент. Люди, ранее позволявшие себе, например, поездки в Италию, в режиме экономии выбирали поездки в Анталию или на египетские курорты Красного моря [2].

Таким образом, в случае затяжного конфликта с западными странами (продления санкций против России) и дальнейшей девальвации рубля, следует ожидать продолжающийся спад на рынке выездного туризма.

В связи с этим ключевой задачей повышения устойчивости российского турбизнеса в условиях экономических санкций является переориентация российского туристского комплекса с выездного на внутренний туризм.

Для этого большое внимание следует уделять формированию положительного туристского имиджа российских регионов, подкрепленного конкретными действиями государства и бизнеса в части развития в этих регионах туристской инфраструктуры.

Что касается въездного туризма, ситуация достаточно благоприятная – увеличение турпотока из Китая, укрепление отношений с Монголией и Южной Кореей, снижение курса рубля в совокупности с активной работой турагентств по туризму должны способствовать дальнейшему росту количества иностранных туристов и повышению туристской привлекательности страны.

Список литературы

1. Борисова А. О. Особенности и перспективы развития международного туризма // Экономические исследования. 2015. № 2.
2. Зиганшин И. И., Овчаров А. О., Рысаева М. А. Влияние экономических санкций на развитие российского туризма // Актуальные проблемы экономики и права. 2015. № 1.
3. Ребышева Л. В., Васильченко Е. В. Въездной деловой туризм: перспективы развития в России // Вузовская наука: теоретико-методологические проблемы подготовки специалистов в области экономики, менеджмента и права. 2013. № 11. С. 160-163.
4. Ассоциация туроператоров: официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/29997.html>
5. Федеральное агентство по туризму: официальный сайт / Министерство культуры РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru>
6. РИАНовости: Российские туристы в свете санкций, 2014 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ria.ru/economy/20140829/1021978889.html>

УДК 338.482

Зюляев Н. А.,

канд. экон. наук, доцент кафедры сервиса и туризма,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия, zyulyaevna@volgatech.net

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ИССЛЕДОВАНИЙ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

В статье представлены возможности использования статистических методов исследований в сфере туризма и гостеприимства. Автор показывает применение этих методов в зависимости от природы переменных. Большое внимание уделено регрессионному и кластерному анализу.

Ключевые слова: эндогенные переменные, экзогенные переменные, временной ряд, модель множественной регрессии, кластерный анализ

THE USE OF STATISTICAL METHODS OF RESEARCH IN TOURISM AND HOSPITALITY

The paper presents the possibilities of using statistical methods of research in the field of tourism and hospitality. The authors showed the use of these methods, depending on the nature of the variables. Much attention is paid to the regression and cluster analysis.

Keywords: endogenous variables, exogenous variables, time series, multiple linear regression, cluster analysis

В современном мире сфера туризма и гостеприимства развивается динамично, показывая не только высокие темпы роста, но и значительные качественные изменения, требующие глубокого изучения и осмысления. Статистические методы исследования позволяют, используя таблицы, графики и диаграммы, не только наглядно описать состояние объекта наблюдения и динамику его развития, но и выявить факторы, влияющие на него и оценить степень их воздействия.

Результаты показателей туризма и гостеприимства являются эндогенными переменными, определяемыми экзогенными переменными экономического, политического, социального, демографического, географического, сезонного характеров. Все эти переменные имеют либо количественное, либо не количественное (ординарное и номинальное) измерение. В зависимости от этих способов измерения применяются различные статистические методы и инструменты исследования (смотри таблицу).

Методы исследований в зависимости от природы переменных

Природа эндогенных переменных	Природа экзогенных переменных	Методы исследования
Количественная	Количественная	Регрессионно-корреляционный анализ
Количественная	Время	Анализ временного ряда
Ординарная и номинальная	Количественная	Дисперсионный и кластерный анализ
Ординарная и номинальная	Ординарная и номинальная	Анализ ранговых корреляций и таблиц сопряжения

Одним из наиболее распространенных методов исследования многомерных рядов, имеющих количественную оценку, является регресси-

онно-корреляционный анализ. Задачами корреляционного анализа являются установление положительного или отрицательного направления и линейной или нелинейной формы связи между переменными, а задача регрессионного анализа заключается в выборе аналитической формы связи между переменными.

Для отбора независимых переменных в модель множественной регрессии используется матрица парных коэффициентов корреляции. На основе этой матрицы в модель включаются только те экзогенные переменные, которые в наибольшей степени воздействуют на эндогенную переменную.

В моделях множественной регрессии может возникнуть проблема мультиколлинеарности, т.е. наличие сильной взаимосвязи между двумя экзогенными переменными (коэффициент парной корреляции по модулю больше 0,7). В этом случае две переменные объясняют одну и ту же изменчивость, поэтому одну из них следует удалить из модели. Как правило, удаляется переменная, слабее связанная с зависимой переменной. Мультиколлинеарность можно устранить путем преобразования переменных, например их логарифмированием.

Современные пакеты прикладных программ Excel, Statistica, MatCad позволяют исследователю легко построить модель множественной регрессии и оценить ее значимость. Для оценки значимости модели используются показатели степени аппроксимации (R^2), F-критерий Фишера и t-статистики Стьюдента. С этой целью формулируется нулевая гипотеза (H_0) о значимости модели в целом и ее отдельных регрессионных коэффициентов и альтернативная (H_1) о незначимости. Фактические значения этих критериев сравниваются с табличными. Если фактические значения этих коэффициентов больше табличных, то принимается нулевая гипотеза об их значимости, а альтернативная отклоняется. В противном случае принимается альтернативная гипотеза об незначимости модели, что предполагает ее улучшение путем исключения некоторых переменных или изменения способа их включения.

Для оценки влияния политических факторов (санкций) и сезонности на результаты деятельности сферы туризма и гостеприимства в модель множественной регрессии необходимо включить бинарные (фиктивные) переменные. Они позволяют разбивать совокупность наблюдений за объектом на определенные классы эквивалентности. Бинарные переменные принимают значение 1 при принадлежности к данному классу и 0 – при отсутствии.

Спрос на туристические и гостиничные продукты подвержен определенному пристрастию. Если человеку понравилось путешествие или гостиница, он совершит новое путешествие или вновь остановится в

понравившейся ему гостинице. Положительное пристрастие можно оценивать лаговой переменной, равной значению в предыдущий период времени.

Например, выездной туристический поток россиян (Q_t) в зависимости от их среднедушевого дохода (I), курса доллара (e), сезонности (S_1, S_2, S_3, S_4), санкций (d) и привязанности к путешествиям (L) с высокой степенью аппроксимации ($R^2=0,99$) описывается уравнением:

$$Q_t = -40700,3S_1 + 309919,2S_2 + 1058327S_3 - 813234S_4 + 176,3I - \\ (29818,6) \quad (311615,3) \quad (527947,2) \quad (345089,2) \quad (46,5) \\ - 48839,3e - 385137d + 0,53L + \varepsilon \\ (16676,9) \quad (321313,8) \quad (0,23).$$

В скобках указаны стандартные ошибки.

Регрессионный анализ с помощью частных коэффициентов эластичности позволяет оценить вклад отдельных факторов в общий результат.

Часто в моделировании и прогнозировании спроса на туристические и гостиничные продукты используется временной ряд, представляющий собой совокупность данных наблюдений за объектом исследования за несколько последовательных моментов времени. Каждый уровень временного ряда формируется под воздействием факторов, формирующих как тенденцию его развития, так и его колебания.

Тенденцию развития временного ряда можно описать линейной, степенной, гиперболической, экспоненциальной, полиномиальной функцией. Например, выездной туристический поток в России с высокой степенью аппроксимации ($R^2=0,89$) описывается полиномом 6-ой степени:

$$Q = -0,024t^6 + 1,124t^5 - 21,87t^4 + 223,7t^3 - 1242t^2 + 3284,7t - 232,01,$$

а выездной туристический поток россиян с высокой степенью аппроксимации ($R^2=0,97$) описывается экспоненциальным уравнением:

$$Q_t = 3424,2e^{0,127t} \quad [1, \text{с.227-228}].$$

Колебание показателей деятельности турфирм и гостиниц во многом связано с сезонным характером их работы, поэтому сезонная компонента (S) отражает регулярные колебания уровней временного ряда в течение одного года и связана с действием факторов известных своей периодичностью. Для выделения сезонной компоненты необходимо иметь статистические данные за несколько лет. Их исследование позволяет определить как период колебания (неделя, месяц, квартал), так и

численное значение сезонной компоненты, измеряемой в абсолютных или относительных величинах.

Существует несколько подходов к анализу временного ряда, подверженному сезонным колебаниям. Простейший подход основан на использовании метода скользящей средней. В этом случае сезонную компоненту рассчитывают либо как разность между фактическими уровнями временного ряда и центрированным скользящим средним или как частное от деления фактических уровней временного ряда на центрированные скользящие средние. В более сложных методах, к которым относятся мультипликативная модель Уинтерса (Winters) и аддитивная Тейла-Вейджа (Theil-Wage), используется экспоненциальное сглаживание.

Мощным средством анализа многомерных совокупностей наблюдений является дискриминантный анализ, позволяющий разделить эту совокупность с достаточно высокой степенью достоверности на определенные группы. В результате такого анализа оцениваются связи между имеющимся делением на группы и вкладами отдельных количественных признаков в это деление.

Дискриминантный анализ в исследовании туризма и гостеприимства можно применять как для интерпретации межгрупповых различий, так и для классификации новых объектов. Например, чем с точки зрения демографических характеристик отличаются приверженцы данных туристических зон от тех, у которых эта приверженность отсутствует? Какие психографические характеристики позволяют провести различие между туристами восприимчивыми и невосприимчивыми к изменению валютного курса?

Данный анализ может быть применен для выработки стратегии адаптации турфирм к изменившейся ситуации в связи с обвальным обесценением рубля и закрытием Египта для российских туристов.

Кластерный анализ представляет собой класс методов, используемых для классификации объектов или событий в относительно однородные группы, называемые кластерами. Объекты в каждом кластере должны быть похожи между собой и отличаться от объектов в других кластерах. Кластерный анализ можно использовать для понимания поведения покупателей турпродукта при определении их однородных групп.

Кластерный анализ позволяет на основе оценки дестинаций разработать комплекс мероприятий по формированию определенного туристического кластера, который будет способствовать развитию экономики региона. Туристическим кластером является комплекс предприятий и организаций, сконцентрированных на определенной территории, связанных между собой в единую цепочку для создания туристского продукта и имеющих единый механизм управления экономической деятельностью.

При оценке деятельности турфирм и гостиниц могут использоваться качественные показатели, позволяющие ранжировать обследуемые объекты по степени проявления в них анализируемого свойства, а также указать степень их выражения. В этих случаях используются методы:

- вычисления величины сопряженности (коэффициент контингенции);
- измерения тесноты связи двух качественных признаков (коэффициент ассоциации);
- сравнения признаков по принципу «больше-меньше» (корреляция рангов);
- количества совпадений и несовпадений знака отклонений вариантов от их среднearифметических (коэффициента Фехнера).

Как правило, гостиницы и турфирмы просят своих клиентов заполнить анкету о качестве их обслуживания. Анализ ответов респондентов позволяет с помощью критерия согласия χ^2 определить степень удовлетворенности клиентов оказанными им услугами и оценить вероятность того, что клиенты еще раз воспользуются услугами этой гостиницы или турфирмы, а также установить причины возможного недовольства некоторых клиентов.

Список литературы

1. Зюляев Н. А. Туристический рынок России: экономический аспект // Российское предпринимательство. 2014. № 20. С. 226-235.
2. Эконометрика: учебник / И. И. Елисеева, С. В. Курьшева, Т. В. Костеева и др.; под ред. И. И. Елисеевой. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2005. 576 с.: ил.

УДК331.108.26

Охотина Н. М.,

канд. ист. наук, доцент кафедры сервиса и туризма
OhotinaNM@volgatech.net;

Пархаева Е. Ф., магистрант, lena.parkhaeva@mail.ru;

Попова О. Е., магистрант, PopovaOlga199@mail.ru;

Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

СОЦИАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ ТУРИЗМА И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ МАРИЙ ЭЛ

В статье определяются социальная роль и функции туризма. Раскрывается значимость социального туризма, имеющего целью сделать путешествия доступ-

ными для большинства населения, особенно для молодежи, пенсионеров, инвалидов и малообеспеченных граждан.

Ключевые слова: туризм, социальный туризм, социальные функции туризма.

SOCIAL FUNCTION OF TOURISM AND THE POSSIBILITY OF ITS DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF MARI EL

The article defined the social role and function of tourism. It reveals the importance of social tourism, which aims to make travel accessible to the majority of the population, especially young people, pensioners, the disabled and low-income citizens.

Keywords: tourism, social tourism, social tourism function.

Особая роль туризма определяется тем, что он одновременно является частью и хозяйственно-экономической, и социальной сфер. При этом туризм как социальное явление можно рассматривать и как социальную практику, и как сферу досуга, и как форму потребления, и как культурный феномен. Кроме того, туризм тесно связан с окружающей средой. В этом ракурсе исследование туризма как социального явления может осуществляться в различных областях научных знаний. В связи с чем социальный аспект туризма требует углубленного подхода, который реализуется через уточнение положений о социальной сущности и социальных функциях туризма [1, с. 47].

Роль, место и значение туризма в жизни культуры и общества определяются его основными функциями:

- 1) удовлетворением потребности в самоактуализации;
- 2) познавательной, через данную деятельность открываются возможности для активного приобретения новых знаний о культуре;
- 3) коммуникативной, связанной с расширением и укреплением границ общения;
- 4) социализацией и инкультурацией личности, связанной с возможностью усвоения социальных и культурных норм;
- 5) мотивационной, то есть данная деятельность способна сформировать в сознании человека определенные идеалы и образцы поведения, и даже стиль жизни.

Культурное самовыражение народа всегда вызывает интерес. Природная любознательность туриста в отношении различных уголков мира и населяющих их народов образуют один из наиболее сильных побудительных туристских мотивов. Туризм – наилучший способ знакомства с другой культурой.

Стремление к знанию всегда было неотъемлемой чертой человека. Совмещение отдыха с познанием жизни, истории и культуры другого народа – одна из задач, которую в полной мере способен решать туризм.

Увидеть мир своими глазами, услышать, ощутить его – важные части восстановительной функции туризма, они несут в себе большой гуманитарный потенциал. Знакомство с культурой и обычаями другой страны обогащает духовный мир человека.

Туризм как вид отдыха помогает восстановить силы и трудоспособность человека и соответственно – психофизиологические ресурсы общества. Он содействует рациональному использованию свободного времени человека, обогащает социально-экономическую инфраструктуру и межрегиональное сотрудничество стран, государств и народов. Говоря о социальном характере туризма в целом, следует подчеркнуть, что главная его социальная функция – воспроизводящая, позволяющая обновить силы и внутренние ресурсы человека, затраченные как в ходе трудовой деятельности, так и при выполнении повседневных бытовых обязанностей [2, с.79]. Ритмы современной жизни большинства индустриально развитых стран сопровождаются увеличением массива производства, урбанизацией, нередко ухудшением экологической обстановки, изоляцией горожан от природы, поступлением чересчур широкого объема информации. Указанные факторы способствуют накоплению усталости – физической и психологической, что, в свою очередь, приводит к увеличению конфликтных ситуаций в быту и на производстве, способствует ухудшению здоровья, снижает трудовую и жизненную активность. Преодолению этих негативных последствий и помогает туризм, являющийся эффективной формой практически полного, всестороннего обновления, так как человеку предоставляется возможность временно покинуть место постоянного жительства, трудовой деятельности, изменить привычную обстановку и образ жизни.

Сегодня в России развиваются всевозможные виды и способы осуществления отдыха. Как правило, для каждого региона приоритетны те направления, которые соответствуют территории, климатическим условиям, культуре коренного населения и многими другим. Универсальным направлением на сегодняшний день можно считать именно социальный туризм. Его универсальность определяется тем, что абсолютно в каждом регионе, городе, поселке и даже на каждой улице страны можно найти представителя социальной группы населения: пенсионера, ребенка, инвалида, ветерана труда или войны.

В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» говорится, что «социальный туризм – это туризм, полностью или частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей» [3].

К социальному туризму, в частности, относятся:

- детско-юношеский туризм;
- семейный туризм;
- туризм пожилых людей, инвалидов и ветеранов;
- туризм военнослужащих;
- туризм лиц, проживающих в районах Крайнего Севера и Дальнего Востока Российской Федерации;
- туризм лиц, подвергшихся радиационному, химическому и другому воздействию вследствие аварий и катастроф (Чернобыльская АЭС и др.);
- самодельный туризм;
- лечебно-оздоровительный туризм;
- туризм соотечественников и их потомков и др. [4].

Система социального туризма представляет собой совокупность социокультурных объектов и участников, а также принципов, целей, средств, включая льготы, что позволяет малообеспеченным слоям населения воспользоваться возможностями туристского отдыха. В целях обеспечения доступности туристского отдыха требуется разработка государственной социальной туристской политики, направленной на создание законодательной базы, принятие нормативных актов, развитие социальной инфраструктуры, подготовку квалифицированных кадров по организации информационной работы и оказанию помощи различным слоям населения в реализации своих прав на отдых.

В последнее время в мире осуществляются определенные инициативы в сфере социального туризма. Цель развития этой сферы – предоставление возможности наибольшему числу людей проводить отпуск внутри своей страны или за рубежом и восстанавливать здоровье и трудоспособность с минимальными затратами. В последнее время этот вид туризма становится доступен людям различных социально-профессиональных категорий. Его услугами пользуются и пожилые, и молодые люди с различными отклонениями здоровья. Социальный туризм характеризуется [5, с. 75]:

- активным подключением разного рода социальных организаций (пенсионных фондов, трудовых советов, профсоюзов и др.);
- разнообразием финансовой поддержки (займы с низкими процентными ставками, субсидии, налоговые льготы и др.);
- использованием достижений в социальной сфере, повышающих уровень жизни и стандарты здравоохранения.

Российская Федерация провозглашает приоритетной сферу социального туризма, где посредством общедоступных путешествий, экскурсий и отдыха, других форм туристского обслуживания реализуются

конституционные права российских граждан на отдых и свободу передвижения, восстановление и укрепление здоровья, благоприятную окружающую среду, пользование учреждениями культуры и доступ к природному и культурному наследию, на образование, свободное получение информации и социальную защиту.

Государственная политика в области социального туризма должна основываться на поддержке социального туризма исполнительными органами государственной власти Российской Федерации, исполнительными органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного управления. Государство должно содействовать реальной доступности социального туризма для лиц, нуждающихся в социальной защите.

С целью поддержки и развития социального туризма, большей его доступности для слабо защищенных слоев населения и привлечения инвестиций в эту сферу государство должно предусматривать для участников социального туризма льготы и экономические стимулы при оказании и получении туристских услуг социального характера, эксплуатации, реконструкции и создании объектов социального туризма.

Значение развития социального туризма в современном обществе трудно переоценить. Он дает возможность повысить активность социальных групп, оказавшихся в трудной жизненной ситуации, их самореализацию, создать стимулы для повышения своей занятости, образования, для повышения адаптированности в обществе. Развитие социального туризма снимает конфликтность, повышает жизненный тонус граждан, позволяет активизировать познавательный потенциал разных социально-возрастных групп.

Исторически социальный туризм в РФ реализовывался через санаторно-курортный комплекс и был неразрывно связан с рекреационной деятельностью людей. Республика Марий Эл обладает огромным потенциалом развития санаторно-курортной сферы благодаря своей природе и климатическим условиям. Наибольшей популярностью пользуются санатории «Сосновый бор», «Лесная сказка», «Кленовая гора». Именно в этих санаториях проходят курс лечения и реабилитации все категории граждан, нуждающиеся в этом по медицинским показателям. Помимо этого, в планах правительства нашей республики строительство в г. Йошкар-Оле спортивно-оздоровительного комплекса на местной минеральной воде.

В настоящее время в нашей республике большое внимание уделяется строительству новых спортивных сооружений и реконструкции старых. Все это делает спортивно-оздоровительный комплекс доступным многим категориям граждан. В РМЭ стал популярным детско-юношеский, спортивный и семейный туризм.

Используя опыт многих европейских стран, в нашей республике приобретает популярность сельский туризм как один из видов социального туризма. Благодаря ему люди со средним достатком имеют возможность проводить отпуска и выходные на природе, снимая недорогие домики в деревне. Сельский туризм может финансироваться из местного бюджета, при этом принося двойную пользу. Во-первых, недорогой и доступный отдых для всех. А во-вторых, сельский туризм является спасением деревни, т.к. благодаря ему строятся новые дороги, реконструируются объекты деревенского быта, и помимо этого, в сельской местности появляются дополнительные рабочие места, развиваются национальные промыслы и ремесла, продукция которых идет на сувениры туристам.

Туризм – это широкое и комплексное социальное явление, которое охватывает множество видов деятельности.

Как сфера экономической деятельности туризм, с одной стороны, определяется спросом и потреблением со стороны посетителей, будь то туристы (ночующие посетители) или однодневные посетители. С другой стороны, туризм как социальная отрасль производит услуги, которые определяются этим спросом. Туризм охватывает широкий диапазон таких видов деятельности, как международный и внутренний транспорт, гостиницы, общественное питание, развлечения, торговые центры, услуги турагентств.

Число населения, вступающего во взаимодействие по поводу туризма очень велико, что предопределяет сильное влияние туризма на качество жизни людей. Качественным свойством туризма является его рекреативность.

Туризм в современном обществе занимает особое место. Он в какой-то мере по своим функциям пересекается с образованием, здравоохранением, культурой, международными отношениями, гостиничным делом и другими сферами деятельности. В туризме сфокусированы многие достижения современной цивилизации и важные гуманитарные, политические, духовные и человеческие отношения. Органическое соединение в туризме бизнеса и гуманитарного содержания формирует высокую степень его рекреативности. Туризм как бизнес создает многочисленные рабочие места, приносит прибыль в бюджет государств, способствует развитию инфраструктуры. Туризм как социальное явление способствует познавательной деятельности, укреплению здоровья, развивает культуру, сближает народы, противостоит агрессивности и терроризму, формирует дружественную социальную среду.

Список литературы

1. Даниленко Н. Н., Рубцова Н. В. Влияние социальных функций туризма на устойчивое развитие региона (на примере Прибайкалья) // Известия ИГЭА. 2012. № 6 (86). С. 47-53.

2. Вавилова Е. В. Основы международного туризма: учебное пособие. М.: Гардарики, 2005. 160 с.

3. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: федеральный закон РФ от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (с изменениями и дополнениями от 17 января 2007г.). URL: <http://base.garant.ru> (дата обращения 25.10.2015).

4. О туризме и туристской индустрии в Российской Федерации: федеральный закон [Электронный ресурс] URL: [http:// http://base.consultant.ru](http://base.consultant.ru) (дата обращения 25.10.2015)

5. Папирян Г. А. Международные экономические отношения: Экономика туризма. М.: Финансы и статистика, 2000. 207 с.

УДК 331.5:338.48

Низова Л. М.

д-р экон. наук, профессор кафедры социальных наук и технологий,
Nizova@yandex.ru;

Никитина А. С., студентка,

Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

ЗАНЯТОСТЬ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Раскрываются приоритеты и проблемы занятости в сфере туризма на трех уровнях: международном, федеральном и региональном. На основе мониторинга и сравнительной динамики Стратегии развития туризма выявлены проблемы и предложены пути повышения эффективности занятости в Республике Марий Эл.

Ключевые слова: занятость, рынок труда, туризм, инфраструктура, подготовка кадров.

EMPLOYMENT IN THE SPHERE OF TOURISM

Priorities and problems of employment in the sphere of tourism at three levels reveal: international, federal and regional. On the basis of monitoring and comparative dynamics of Strategy of development of tourism ways on increase of efficiency of employment in the Republic of Mari El are offered.

Keywords: employment, labor market, tourism, infrastructure, training.

Туризм как развивающаяся отрасль представляет особый интерес и оказывает мощное воздействие на занятость трудоспособного населения. Туристский рынок рассматривается как экономическая категория, выражающая совокупность социально-экономических процессов и отношений в сфере маркетинговых исследований, производства, обмена и распределения между производителями и потребителями туристских

услуг. По мнению авторов, рынок труда в сфере туризма – это совокупность экономических и общественных отношений между собственниками рабочей силы (свободными гражданами) и покупателями этой рабочей силы (работодателями).

К числу основных социально-экономических функций туризма относится содействие занятости населения (занятость в гостиничном, транспортном и курортно-санаторном хозяйстве, туристических фирмах и т.д.). Данная сфера связана с обслуживанием разнообразных социально-культурных потребностей населения и охватывает большой арсенал организаций: гостиницы, отели, гостевые дома, рестораны, кафе, магазины туристских товаров, парки отдыха, клубы, а также другие организации сферы туризма и отдыха, предоставляющие социальные и персональные услуги. Это еще раз доказывает, что туристический сектор объединяет все виды экономической деятельности, обеспечивающие необходимыми услугами клиентов: гостиничную индустрию, транспорт, питание, торговлю, развлечения и др. Уровень его развития находится, как известно, в зависимости от политических, экономических и социально-культурных факторов. Ретроспективный взгляд показывает, что наибольшее развитие оно получило на стыке XX-XXI веков.

Для большей аргументации актуальности проблем занятости нами проведен мониторинг на трех уровнях: международном, федеральном и региональном.

Туризм играет одну из главных ролей мировой экономики, составляет десятую часть мирового валового национального продукта, что отражается на состоянии занятости в отрасли. В рамках мирового хозяйства по числу рабочих мест туризм занимает лидирующее место. За 1990-2015 гг. число туристов в мире увеличилось вдвое [3], что способствует росту количества рабочих мест в индустрии гостеприимства.

По оценкам Международной организации труда, в сфере туризма мира работает более 100 млн человек, или каждый 15 занятый в мировом производстве. При этом мониторинг показывает, что в развивающихся странах сфера туризма создает больше новых рабочих мест, чем другие отрасли экономики. Это положительно влияет на состояние занятости в отрасли: если в небольших государствах, экономика которых зависит от туризма, почти половина трудоспособного населения вовлечено в её деятельность, то в индустриально развитых странах – только 5 % [3].

По некоторым источникам, в нем ежедневно заняты более 20 млн человек и ежегодно в этой сфере создается около 3 млн новых рабочих мест [3]. В туризме новые рабочие места в географическом плане распространяются более широко, чем в других растущих секторах экономики.

По данным Евростата, занятость в туризме составляет около 13 млн человек. 9,5 млн человек заняты в гостиницах, ресторанах и транспортном секторе, это составляет 4,3 % от общего числа занятых [5]. Наибольшее количество работников в сфере туризма занято в Федеративной Республике Германия (более 1,5 млн человек), следующую позицию занимает Испания (1,45 млн человек). В процентном отношении от общего числа занятых первые позиции в Европейском Союзе занимают Мальта (8,6 %), Испания (7,7 %) и Греция (6,7 %). На долю туризма в Европе также приходится около 10 % валового национального дохода.

Тенденции занятости в туризме Европы в целом характерны и для Российской Федерации. По данным Росстата, динамика занятости в гостиницах, ресторанах, на других предприятиях России, оказывающих населению различные туристские услуги, имеет положительную тенденцию роста. Занятость в российском туризме с учетом занятости в смежных отраслях составляет более 4,0 млн человек. В частности, за последние 10 лет численность занятых выросла на 45 % [4]. Данные статистики свидетельствуют также о том, что большинство занятых в этом секторе – женщины. Средний возраст работающих в индустрии гостеприимства по данным Росстата составляет 37,5 лет, при этом почти 30% занятых составляют молодые люди до 30 лет [6]. Этому способствует государственное регулирование туристской деятельности в рамках Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». В нем предусмотрено такое направление, как «действие кадровому обеспечению в сфере туризма» [1].

В последние годы туризм приобретает приоритетную значимость в Республике Марий Эл. При этом преследуется решение многих задач: финансово-экономических, социальных и культурных. Особое место в развитии отрасли занимает государственная программа Республики Марий «Развитие туризма в Республике Марий Эл на 2014-2020 годы» [2]. Ее реализация способствовала укреплению рынка труда в отрасли. Среди участников реализации программы ведущее место занимает Поволжский государственный технологический университет. На факультете социальных технологий более 10 лет ведется подготовка специалистов для туристической индустрии.

Для решения проблем занятости в программе предусмотрен специальный пятый раздел «Научное и кадровое обеспечение сферы туризма», реализующий задачи [2]:

- размещение государственного заказа на выполнении научно-исследовательских работ по вопросам развития туризма в Республике Марий Эл;

- разработку программ подготовки и переподготовки, аттестации туристских кадров;
- организацию и проведение конкурса среди студентов профессиональных образовательных организаций и образовательных организаций высшего образования «Лучший дипломный проект, направленный на развитие туризма в Республике Марий Эл»;
- организацию и проведение обучающих семинаров, курсов повышения квалификации, мастер-классов в сфере туризма для работников туристской индустрии в Республике Марий Эл;
- содействие повышению квалификации специалистов туристской индустрии.

По результатам выборочного обследования численность занятого населения в возрасте 15-72 лет по виду деятельности «551000 Деятельность гостиниц» выросла на 17,1 %, в то же время количество менеджеров увеличилось на 27,6 %.

Вместе с тем сравнение показателей коллективных средств размещения (далее КСР) последних лет показало снижение количества действующих КСР на 3,9 % (санаторно-курортных и организаций домов отдыха), а также койко-мест в специализированных КСР (с одновременным увеличением туристических баз) на 5,4 %. Это естественно привело к снижению среднесписочной численности работников (без внешних совместителей и работников несписочного состава) в специализированных средствах размещения на 2,8 %, т.е. с 1148 человек в 2013 до 1117 в 2014 году.

По данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Марий Эл в настоящее время средняя численность работников туристических фирм составляет 147 человек, включая внешних совместителей, выполняющих работы по договорам гражданско-правового характера, а за исключение этой категории – 130 человек [7]. В рамках мониторинга реализации Стратегии развития туризма отмечено, что профессиональное туристическое образование имеют лишь 26 % (или каждый 4-й, а специалисты экскурсоводы отсутствуют вообще).

В целях дальнейшего развития туризма в республике и повышения эффективности занятости в отрасли считаем целесообразным решение следующих задач:

- развитие внутреннего туризма как в Российской Федерации, так и в Республике Марий Эл, обуславливая рост рабочих мест и занятости населения в этой сфере;

- подготовка специалистов-экскурсоводов на базе факультета социальных технологий Поволжского государственного технологического университета;

- развитие инфраструктуры сферы туризма (дорожно-транспортной, гостиничной, зоны отдыха);

- повышение качества и формирование положительного имиджа туристского кластера.

Все это, по мнению авторов, будет способствовать повышению эффективности занятости и созданию новых рабочих мест.

Список литературы

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.11.2012.: федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 03.05.2012).

2. Государственная программа Республики Марий Эл «Развитие туризма в Республике Марий Эл на 2014-2020 годы».

3. Никонова О. В. Реформирование и развитие индустрии современного туризма. Социальная политика : учебник / [Аверин А. Н. и др.] ; под общ. ред. Н. А. Волгина ; Рос. акад. гос. службы при Президенте РФ. М.: Изд-во РАГС, 2008. 404 с.

4. Сахарчук Е. С. Современные проблемы сервиса и туризма. 2011. № 3. С. 91-96.

5. Сайт Евростата. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat>

6. Россия в цифрах. 2013: крат. стат. сб. / Федеральная служба государственной статистики (Росстат). М., 2013.

7. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Марий Эл. URL: <http://maristat.gks.ru/>

УДК 332.12

Лежнин В. В.,

ассистент кафедры сервиса и туризма,

Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия, LezhninVV@volgatech.net

ОБОСНОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ С УЧЕТОМ ВЛИЯНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА

Автором предложено обоснование теоретических основ регионального развития посредством влияния экономического пространства. Экономическое простран-

ство региона определяется степенью освоения как ресурсной базы региона, так и управленческими действиями.

Ключевые слова: экономическое пространство, регион, региональная экономика

JUSTIFICATION OF REGIONAL DEVELOPMENT WITH THE IMPACT OF ECONOMIC SPACE

The author proposed to study the theoretical foundations of regional development by the impact of the economic space. The economic space of the region is defined by extent of development as resource base of the region, and administrative actions.

Keywords: economic space, region, regional economy

В современной научной литературе проблема формирования экономического пространства региона отражается достаточно широко как в зарубежных, так и отечественных источниках. Результатом столь широкого освещения исследуемого вопроса являются различные представления взглядов авторов на трактовку категории «экономическое пространство» [1, 206]. В большинстве случаев под ним понимается продукт реализации интеграционных процессов, связанный с созданием общего рынка за счет устранения барьеров и выравниванием темпов развития отдельных территорий. Продвижение региональной науки в соответствии с временными условиями и меняющимися темпами хозяйствования приводит к появлению новых проблемных зон и необходимости выделения соответствующих функциональных характеристик, формирующих экономическое пространство региона. Экономическое пространство представляет собой систему, уровни которой в разной степени заполнены реальными хозяйственными системами, формами их взаимодействия и происходящими внутри них хозяйственными процессами, выражающими их экономические отношения. Другими словами, экономическое пространство заполнено механизмами воспроизводства экономических благ, адекватных человеческим потребностям, их структуре и содержанию. Современная региональная экономика как сложная система с функциональной и пространственной организацией обладает следующими характеристиками:

1) взаимодействием как отдельных территориальных систем, так и экономического пространства в целом с внешней по отношению к ним средой;

2) экономическое пространство приобретает структурированный вид, обусловленный расширением условий образования районов, в которых приобретают значение знания и социальные условия;

3) условия развития экономики позволяют рассматривать ее в виде иерархической системы;

4) в развитии районов особое значение начинают приобретать социальные факторы экономики.

Исходя из вышесказанного, следует отметить, что пространственное развитие регионов во многом обусловлено усилением роли интеграционных процессов межрегионального характера, что, в свою очередь, повышает роль изучения инструментов и механизмов воздействия на региональные процессы. Управление пространственным развитием регионов с учетом взаимосвязи экономического пространства предполагает введение однотипных механизмов регулирования экономики, основанных на рыночных принципах и использовании единых оценочных норм для процесса развития. Развитие экономического пространства разворачивается под воздействием управленческих процессов [2, с. 146]. Под управлением пространственным развитием региона целесообразно понимать системную и комплексную деятельность, направленную на обеспечение сбалансированного функционирования региональных систем с целью повышения уровня социально-экономического развития территории и качества жизни населения. Структурный взгляд на экономическое пространство региона, необходимый для оценки его связанности, предполагает исследование процессов взаимодействия разнообразных региональных подсистем

Современное развитие регионального экономического пространства характеризуется следующими показателями.

1. Активное распространение информационных и коммуникационных технологий, проникновение способов оперативной передачи и хранения больших объемов данных во все сферы жизнедеятельности и хозяйствования. Большинство специалистов отмечают взаимосвязь проникновения и распространения информационно-коммуникационных технологий с повышением уровня социально-экономического развития территории за счет активизации предпринимательской деятельности, увеличения интенсивности форм экономических отношений, связанных с перемещением товаров, услуг, капитала и пр. Это способствует эффективному решению разнообразных экономических и социальных проблем и, в свою очередь, обуславливает появление новых форм организации бизнес-процессов и увеличение масштабов потоков товаров, услуг, капитала, экономически активного населения [2, с. 147].

2. Распространение новых технологий и появление новых форм взаимодействия обуславливает потребность в использовании механизмов управления региональным экономическим пространством и внедрение современных практик реализации функций управления. Возника-

ет потребность в разработке новых институтов и инфраструктуры для обеспечения управленческой деятельности.

3. Наблюдается появление новых субъектов экономической деятельности в регионе. Одной из характеристик экономического пространства региона становится появление структур, которые характеризуются собственными правилами поведения и, как следствие, способствуют повышению ценности взаимодействия и появлению новых форм организации хозяйственной деятельности на территории. Исследуемый процесс регионального развития в настоящее время можно охарактеризовать следующими направлениями исследований:

- определение качественных аспектов процесса развития, связанных с формированием новой экономики, общества и другими проявлениями постиндустриального развития;
- выявление основ трансформации и модернизации структуры региональных социально-экономических систем и систем управления региональным пространством в сторону обеспечения баланса экономических, социальных и экологических параметров;
- поиск путей повышения эффективности использования факторов развития, в числе которых обеспеченность ресурсами, а также глобализация, интеграция и др.

Формирование единого экономического пространства как системной целостности затруднительно в условиях неравномерности развития российских регионов. Именно регионы призваны обеспечить повышение уровня социально-экономического развития страны, выступая в качестве субъектов институционального согласия. Таким образом, связанность экономического пространства выступает значимым фактором в обеспечении вектора и динамики социально-экономического развития региона. Следовательно, требуется выработка и адаптация концептуальных основ и базирующегося на них организационно-управленческого алгоритма обоснования развития региона с учетом связанности экономического пространства, который увязывал бы в единую теоретико-методическую конструкцию имеющийся опыт, ограничения, систему целей и задач, инструментарий, позволял консолидировать усилия регионов и федерального центра в достижении целей регионального развития [3, 68].

Таким образом, стоит отметить, что определяя в качестве стратегической цели создание единого экономического пространства, необходимо выделить ключевые его характеристики, позволяющие выявить признаки прогресса в достижении обозначенной цели. Деятельность по управлению развитием региона через взаимосвязь экономического про-

странства должна опираться на исследование природы, характера, динамики и направленности сил взаимосвязи между ключевыми объектами экономического пространства. С учетом вышесказанного, в качестве центра организационно-управленческого алгоритма обоснования развития региона необходимо рассматривать комплекс мер по обеспечению связанности регионального экономического пространства.

Список литературы

1. Горохова, А., Секерин В., Нижегородцев Р. Экономический потенциал и конкурентоспособность региона как источники экономического роста // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2012. № 2. С. 206-208.
2. Диденко О. В. Проблемы пространственного содержания экономических теорий // Балтийский экономический журнал. 2009. № 2. С. 145-154.
3. Кириллова, С. А. Региональное развитие и качество экономического пространства // Регион: Экономика и Социология. 2010. № 3. С. 57-80.

УДК [070:004]:796.5

Сафарян А. А., ассистент кафедры туризма,
Пермский государственный национально-исследовательский университет,
г. Пермь, Россия, azatsafaryan@mail.ru

ГЕОПОРТАЛ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ СПОСОБ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТУРИСТОВ

Работа посвящена возникшим в сфере туризма проблемам обеспеченности туристов информацией о посещаемых дестинациях. Если эту проблему можно считать решенной для стран и мест с давними туристскими традициями, то для регионов, появившихся на туристской карте мира не так давно, она только назревает. Одной из таких дестинаций является Республика Армения.

Ключевые слова: информационное обеспечение, самоорганизованный турист, геопортал, Армения

GEOPORTAL AS A INNOVATIVE WAY OF SOLVING PROBLEMS OF INFORMATION SUPPORTING FOR TOURISTS

Annotation: The work is dedicated to the problems of tourists' information support in visited destination. If this problem can be considered a solution for countries and places with long-time tourist tradition, for the regions which have appeared on the tourist map of the world not so long ago, had just started. One of these destinations is the Republic of Armenia.

Keywords: information support, self-organized tourist Geoportal, Armenia

Среди журналистов, туристов и специалистов становится очень популярным разделение всех отдыхающих на две большие группы: туристы (tourists) и путешественники (travelers), в зависимости от вида отдыха, способа передвижения, места ночлега, поведения в дестинации, отношения к местному населению и местной культуре и т.д. Чаще всего турист имеет дело с групповыми турами. Путешественник самостоятельно создаёт для себя карту путешествия.

«Турист не знает, где он побывал, путешественник не знает, куда он пойдет». Но на самом деле, если отойти от юмора цитаты, большинство путешественников, так же как туроператор, планируют свои поездки не очень тщательно.

Рассмотрим некоторые возможные, на наш взгляд, причины увеличения количества путешественников и туристов, которые занимаются самоорганизацией своих туров. Во-первых, путешественниками можно считать бэкпэкеров, туристов на своих и арендованных машинах, мотоциклах, туристов-экстремалов, которые могут воспользоваться некоторыми услугами турорганизации, но не целыми пакетами. Их количество растет во всем мире, что ни у кого не вызывает сомнения.

Еще одним показателем является огромная популярность групп в социальных сетях и интернет-сервисов по поиску и бронированию жилья для путешественников, что тоже является важным инструментом для организации своего тура. Например, самый популярный ресурс – это «Эйрбизнби». Рост потребности в этих заведениях свидетельствует об увеличении количества самостоятельных путешественников.

Большое влияние на увеличение числа путешественников имеют масс-медиа, в которых пропагандируются путешествия в дикую природу или же погружение в культуру и быт местного населения путем самоорганизованных туров. Ярким примером является авторский проект дизайнера и путешественника Артемия Лебедева под названием «Этно-Эксп», где автор со своей командой посещает не очень популярные туристские регионы страны и города и пытается представить своей аудитории другую, не туристскую, истинную картину места.

Итак, если растет количество отдыхающих в нетуристских до недавнего времени местах, то естественно увеличивается спрос на туристскую информацию об этих территориях. Кроме этого, быстрые темпы развития информационных технологий и увеличение количества информации в мировой сети создает двоякую проблему: с одной стороны, большое количество информации, а с другой – ее достоверность.

На наш взгляд, универсальным инструментом для решения этих проблем может быть создание геопортала по туристской тематике с наличием интерактивной карты. Преимущество такого ресурса заключается в том, что представится возможность изучить два комплекса информационных ресурсов одновременно: карту и метаданные об объектах на карте. Геопортал представляет собой симбиоз карт и текстовой информации. Рассматривая карту, мы видим привлекательные объекты и, при желании, можем непосредственно на карте изучать их информационное поле, создавая свой собственный маршрут. Несмотря на то, что в мировой сети содержится огромное количество разного рода данных, на самом деле ощущается недостаток достоверных, полноценных, комплексных туристских сведений. Турпортал позволяет экономить время, создавая более четкое представление о регионе.

Для заинтересованных путешественников турпортал должен предоставить информацию не только об объектах, которые сегодня являются знаменитыми, но и обо всех тех, которые имеют значение для местного туризма или какое-то иное значение. Информация должна быть достоверной, поэтому будет правильно, если эта работа будет выполнена с помощью государственных учреждений. Полезность такой работы будет высокой. Как результат появится кадастр туристских объектов, основа дальнейшего мониторинга.

Автором был создан такой геопортал по туристской тематике для Республики Армения. Список исходных данных для создания геопортала составили картографические слои из открытого доступа, слои из армянского гидрометцентра, свободного доступа, и основная часть слоев была создана автором. Сбор, обработка и представление данных были осуществлены с помощью ArcGIS 10.1. Материальные данные находятся на сервере ПГНИУ. Конечный пользователь воспринимает геопортал в виде Web-сайта, предоставляющего прямо в Web интерфейсе инструменты для поиска и изучения географических данных. Web-сайт доступен всем пользователям Интернета и создан на основе технологии ArcGis online, ставшей достаточно популярной за короткое время.

На рис. 1 представлена начальная страница «туристского портала Республика Армения» [2]. Важность такого ресурса для РА обоснована несколькими причинами. Во-первых, на сегодняшний день увеличивается интерес к республике, о чем свидетельствует растущий поток туристов в страну, который увеличивается с 2000 года. В 2014 г. число туристов составило 1,2 млн [3].



Туристский геопортал Республики Армения, начальная страница

Во-вторых, для развития туризма в РА недостаточно информационных туристских ресурсов как о целой стране, так и о конкретных объектах [4].

Третьей и важной причиной является то, что в стране основные аттрактивные объекты представлены в пиар кампаниях очень хорошо. Такими являются монастыри Татев, Санаин, Ахпат, Гегард, Нораванк, Хор Вирап, Звартноц, замок Амберд, Эребуни, города Ереван, Еджмиацин, Гюмр, канатная дорога Крылья Татева, в общем счете около тридцати объектов. В реальности эти достопримечательности представляют лишь часть аттракций страны. С помощью турпортала можно будет показывать и остальные достопримечательности, а также туристские различия между разными регионами.

Обобщая, можно сделать следующие выводы. В наш информационный век от количества и качества информации, протекающей через мировую сеть, в значительной мере зависит развитие сферы туризма в конкретных регионах и странах. Одним из инструментов для обработки, анализа и представления туристской информации в мировой сети является туристский портал с наличием интерактивной карты. Такой инструмент может стать важным шагом для развития сферы туризма Республики Армения.

Яковенко А. Ю., магистрант
(направление подготовки «Туризм в северном измерении»),
Северный (Арктический) Федеральный университет
имени М. В. Ломоносова,
г. Архангельск, Россия, uniflamhold@gmail.com

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ МОДЕРНИЗАЦИИ И ПОВЫШЕНИЯ КОМПЕТЕНТНОСТИ ПЕРСОНАЛА СОВРЕМЕННОГО ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Данная статья представляет собой попытку рассмотреть инновационную систему повышения компетентности персонала на предприятия, так как увеличение потенциала предприятия напрямую зависит от уровня подготовленности кадров. Решая вопрос нехватки денежных средств на создание такой системы, автор предлагает систему, реализация которой потребует относительно небольших материальных затрат.

Ключевые слова: инновации, стратегия, персонал

INNOVATIVE WAYS TO MODERNIZE AND INCREASE THE COMPETENCE OF PERSONNEL ON A MODERN TOURISM VENTURE

The author attempts to examine an innovative system for improving the competence of personnel in the enterprise, since the increase of potential of the enterprise directly depends on the level of preparedness of personnel. Solving the problem of shortage of funds in the establishment of such a system, the author proposed the system, the implementation of which will require relatively low material costs.

Key words: innovation, strategy, personnel

В условиях современного этапа развития мировой экономики одной из основных характеристик являются значительные темпы роста международной торговли услугами, а также значительный вклад сферы оказания услуг в наполнение ВВП государства. Среди основных видов оказания услуг следует выделить именно сферу туризма как сферу с наивысшими показателями развития. Туризм является одним из наиболее прибыльных и динамических секторов мировой экономики.

Актуальность участия современных туристских предприятий в интеграционных процессах, которые представляют собой слияние капитала с целью наиболее эффективного использования ресурсов, их своевременного пополнения и увеличения прибыли, а также достижение

долгосрочных стратегических целей, обуславливается именно высоким уровнем глобализации экономики, который является следствием скачкообразного повышения конкуренции на туристическом рынке, дефицита финансовых, сырьевых и других ресурсов.

Один из главных процессов, определяющих последовательность действий организации, – стратегическое управление, конечным продуктом которого является потенциал организации. А потенциал организации определяется ее архитектурой и качеством работы, подготовки, обученности персонала. Одним из важнейших факторов увеличения потенциала организации является влияние качественных управленческих действий в организации. При эффективной направленности управления может быть обеспечено более быстрое развитие туристской компании, нежели общий рост экономики, туристского сектора или производства услуг и товаров, связанных с обеспечением туристской деятельности. Более того, то управление, в основу которого положено направление на увеличение роста, может вызвать развитие совершенно новых отраслей, а возрастные деятельности как туристского, так и промышленного сектора, взаимодействуя между собой, укрепляют друг друга, развивают и усиливают экономику в целом.

Одним из важнейших факторов управления предприятием является непрерывная переподготовка персонала, поскольку без квалифицированных и профессионально подготовленных кадров организация будет абсолютно не конкурентоспособна на рынке. Управление персоналом должно строиться таким образом, чтобы достижение стратегических целей организации подкреплялось своевременными и адекватными мерами по изменению организационной структуры, упорядочению обязанностей, своевременной профессиональной ориентацией и надлежащей подготовкой сотрудников. Для того чтобы адекватно определить потребности профессионального развития, каждая участвующая в этом сторона должна понять, какие факторы являются решающими для понимания потребности организации в развитии своего персонала. Это могут быть такие факторы, как развитие техники и технологии, изменение стратегии развития предприятия, освоение новых видов деятельности, создание новой организационной структуры.

Необходимо отметить следующее, говоря об экономической и социальной эффективности обучения персонала: обучение можно считать лишь тогда эффективным, когда связанные с ним расходы будут в перспективе ниже расходов предприятия на повышение производительности труда за счет других факторов или расходов, которые были связаны с ошибками в процессе найма сотрудников. Так как определить результат, который был достигнут с помощью обучения персонала достаточно

трудно, то можно отметить экономическую эффективность обучения в форме снижения расходов, которые можно точно рассчитать. Качественное обучение персонала влияет на важнейшие факторы социальной эффективности работы предприятия. К таким факторам можно отнести гарантию сохранения рабочего места, возможности повышения в должности, расширение внешнего рынка труда, чувство собственного достоинства, возможность самореализации, т.е. возможность построения сотрудником своей вертикальной и горизонтальной карьеры.

Оптимальное решение проблемы нехватки денежных средств на создание системы обучения персонала – выбрать такую систему, реализация которой потребует относительно небольших материальных затрат. Именно такой системой является концепция «кайдзен», что означает «непрерывное совершенствование» (система распространена в странах Востока, особенно в Японии). Термин «кайдзен» стал широко известен благодаря книге Масааки Имаи «Кайдзен. Ключ к успеху японских компаний». Философия предполагает, что вся жизнь, как трудовая, так и частная, должна ориентироваться на ее постоянное улучшение человеком. В таком случае через некоторое время постоянное усовершенствование даст поразительные результаты.

В то время как западный менеджмент для достижения технологического прорыва и прорыва в управлении ориентируется на кардинальные изменения, система «кайдзен» является долгосрочным, не бросающимся в глаза процессом, основанном на здравом смысле и малых затратах, что обеспечивает неуклонный прогресс, который и находит свое оправдание в долгосрочной перспективе. Стоит также отметить такое преимущество, как малые риски. Предприятие, не испытывая больших потерь, всегда может вернуться к прежним способам работы.

Главная задача эффективного менеджмента «кайдзен» состоит в том, чтобы обеспечить каждому сотруднику возможность следовать СРП (стандартная рабочая процедура). Это означает, что менеджмент сначала должен определить главную политику, правила, процедуры организации, касающиеся всех основных операций, а затем следить, чтобы персонал эффективно использовал СРП. Если персонал не может следовать стандартной процедуре, то менеджеры обязаны либо обучить его, либо пересмотреть и исправить стандарт таким образом, чтобы появилась возможность действовать в соответствии с ним.

Главное требование для руководителя предприятия при использовании этой системы – постоянно быть в курсе текущих дел. Руководитель должен больше времени проводить среди менеджеров, быть в самой гуще процесса, так как только там он находится в «центре мироздания» компании. Это следует из того, что вся информация, которая при-

ходит к нему на электронную почту, фабрикуется в виде отчета, который собирают для него его подчиненные. Соответственно информация может быть преподнесена с учетом точки зрения того человека, который ее готовил.

Уважение на предприятии создается искренностью отношений, а подкрепляется это уважение именно системой предложений. Такая система допускает, что каждый сотрудник предприятия всегда может внести свои предложения, направленные на улучшение любых аспектов деятельности.

Несмотря на убеждение, что в среднем групповые предложения гораздо более выгодны для бизнеса, чем индивидуальные, система «кайдзен» (а именно возможность индивидуальных предложений) поддерживается и всячески поощряется. Если говорить о вознаграждении, то здесь сама команда заранее договаривается о его части в общем фонде оплаты труда на определенный промежуток времени. В таком случае, если совершенствование ведет к снижению расходов, то автоматически растет величина оплаты труда и соответственно личный доход.

Подводя итог вышесказанному, следует отметить, что инновационные подходы повышения компетентности персонала необходимо разрабатывать с учетом места предприятия на рынке, возможных конкурентных преимуществ. Одним их важнейших условий является использование мирового опыта повышения профессиональной компетентности персонала применительно к каждому конкретному предприятию.

В этом случае новое обязательно даст нужный эффект, принесет пользу не только самому туристическому предприятию, но и каждому отдельно взятому сотруднику.

Список литературы

1. Гринин Алексей. Управление заводом в стиле кайдзен. Как снизить затраты и повысить прибыль. М.: Альпина Паблишер, 2012. 189 с.
2. Имаи Масааки. Кайдзен. Ключ к успеху японских компаний. М.: Альпина Бизнес букс, 2013. 274 с.
3. Качалай В. В. Кайдзен-Костинг: опыт и перспективы внедрения на предприятиях Украины // Бизнес Информ. 2013. № 8. С. 96-102.
4. Усольцев Е. А. Инновационный менеджмент: постановка задачи в рамках обобщенной модели // Проблемы теории и практики управл. 2007. № 11. С.85-92.

Мамаева О. Б.,
канд. филос. наук, доцент кафедры сервиса и туризма
МамаеваОВ@volgatech.net;
Готчальк Е. В., магистрант,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

ПОНЯТИЕ КЛИЕНТСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ В ТУРИЗМЕ

В статье предпринята попытка разобраться в природе такого понятия, как «лояльность», определить влияние лояльности клиента на развитие бизнеса. В настоящее время на рынке туристских услуг прослеживается тенденция быстрого роста конкуренции, что заставляет предприятия сферы туристских услуг искать новые способы привлечения и удержания постоянных клиентов.

Ключевые слова: лояльность, потребитель, бизнес, туризм.

THE DEFINITION OF CUSTOMER LOYALTY IN TOURIST INDUSTRY

The article is devoted to understanding the nature of such concepts as «loyalty» in the tourist industry. At the present time on the tourist market there is the trend of rapid growth of competition, which makes enterprises in the tourist sphere to find new ways to attraction and retention company regular customers.

Keywords: loyalty, customer behavior, business, tourist industry.

С развитием рыночных отношений и усилением конкуренции в современном мире работа с потребителями становится все более актуальной для каждого участника рынка. Поведение потребителей – это та область знаний, которая дает возможность участникам рынка не только сохранить, но и увеличить прибыльность своей компании. Туристский бизнес не является исключением.

Сегодня в туротрасли России сложилась трудная ситуация из-за резкого снижения турпотока, вызванного кризисом экономики. Конкуренция среди турагентств обострилась, что требует от собственников постоянных усилий для сохранения бизнеса. Очевидно, что в этих условиях в качестве актуальной выделяется задача удержания клиента, превращение его в постоянного и лояльного.

Слово «лояльность» (loyal – верный) переводится с французского языка как «верность», «преданность». Большой энциклопедический словарь дает такое определение лояльности: «корректное, благожелательное отношение к кому-либо или чему-либо» [1, с. 855]. По мнению

Т. Монаевой [3, с.16], клиентская лояльность – «это порог нечувствительности клиентов компании к действиям конкурентов».

Потребитель, совершая покупку, исходит из цены, качества товара, уровня сервиса, воздействия рекламных акций, наличия скидок и подарков. Принято считать, что главный способ увеличения прибыли компании – привлечение новых клиентов, а лучший способ привлечения клиентов – понижение цен, скидки. Но довольно часто компании сталкиваются с фактом, когда клиенты конкурента не меняют пристрастий к марке, товару или услуге даже при очевидной выгоде смены поставщика. Этот «феномен» и называется «клиентской лояльностью», которая для большинства потребителей является первоочередным фактором в выборе товаров и услуг [4].

Любой бизнес – это постоянная борьба за клиента. Каждый клиент требует внимания и уважения со стороны поставщика товаров или услуг. Основной смысл программ лояльности – это установление эмоционального контакта между продавцом и покупателем, исполнителем и заказчиком. Поздравление с днем рождения, дружеский звонок или смс-сообщение иногда приносят большую пользу, чем многотысячные рекламные кампании. Постоянный обмен положительными эмоциями – вот основа любой программы лояльности. Даже если после длительного сотрудничества клиент и уйдет из списка клиентов по каким-то объективным причинам, но уйдет с положительными эмоциями, он всё равно останется лояльным, принося выгоду компании своими положительными отзывами.

Распространенным методом привлечения клиентов является использование систем низких цен и скидок. Но в психологическом смысле такие программы не совсем правильно называть лояльными. Если продавец делает скидку, то вывод напрашивается сам собой – значит, цена изначально была завышена. Поэтому строить программы лояльности исключительно на деньгах – неверная стратегия.

Лояльный клиент – это тот клиент, который хочет покупать товар или заказывать услуги только в данной компании, но это не должно означать, что поступает он так, потому что здесь товар или услуга дешевле. Всегда на рынке может появиться конкурент, который предложит еще более выгодные цены, и тогда клиент переметнется к другому продавцу. Единственно правильным вариантом стратегии является помощь клиенту в решении его проблем на качественно высоком уровне. Довольный клиент всегда вернется снова и будет рекомендовать данную компанию другим.

Традиционными мероприятиями по формированию клиентской лояльности считаются высокий уровень сервиса, программы поощрения

клиентов, «справедливая цена» на продукт, изучение удовлетворенности потребителей, получение обратной связи, обучение персонала. Ни одно мероприятие по формированию потребительской лояльности невозможно без информационного массива – базы данных своих клиентов, которая содержит информацию о каждом потребителе (ФИО, контакты, возраст, пол, социальный статус, хобби, предпочтения, историю покупок и т.д.).

Когда потребителю что-то нравится, он воспринимает это как данность, как удовольствие. Если же клиента что-то возмутило, он может написать жалобу, рассказать об этом своему окружению и таким образом отвернуть потенциальных клиентов от компании. Обратная связь с клиентами – одна из важнейших составляющих формирования клиентской лояльности. Для клиента это может означать только одно: о нем помнят, заботятся, им дорожат. Для компании получение обратной связи – возможность получить оценку своей работы, быстро принять решение об исправлении ошибок.

Обратная связь решает две важнейшие задачи: коммуникативную и информационную. Получая информацию от клиента, легко отследить его ожидания и потребности, уровень их удовлетворения после покупки продукта компании. Коммуникативная задача решается самим фактом обратной связи: клиент услышан, не оставлен один на один с возникшей проблемой. Именно поэтому обратная связь – один из самых действенных способов формирования лояльности клиентов.

Самый быстрый способ увеличить доход компании, не вкладывая значительных средств, состоит в повышении лояльности клиентов [2, с. 22].

Бизнес, который не строит мероприятий по формированию клиентской лояльности, обречен на неудачу. Сегодня клиент голосует за каждый бизнес своими деньгами и успешность компании зависит прежде всего от надежных взаимоотношений с потребителем.

Список литературы

1. Большой энциклопедический словарь / ред. А. М. Прохоров. М.: Большая Российская энциклопедия, 2000. 1456 с.
2. Куликова З. В. Программа лояльности: дань моде или эффективный маркетинговый инструмент // Маркетинговые коммуникации. 2006. № 6. С. 21-27.
3. Монаева Т. В. Пионеры, или У истоков программ лояльности // Новый маркетинг. 2006. № 7. С. 16-25.
4. Самохин М. Ю. Лояльность клиента. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bphr.ru> (дата обращения 30.10.2015).

РАЗДЕЛ 2
**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА
В РЕГИОНАХ РОССИИ**

УДК 332.122:379.83/85

Полухина А. Н.,
д-р экон. наук, профессор кафедры сервиса и туризма,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия, PoluhinaAN@volgatech.net

**РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСНОЙ СТРАТЕГИИ
РЕГУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА:
ОПЫТ РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ ДЛЯ РЕГИОНОВ РОССИИ**

В статье проанализированы принципы, цели, задачи и функции государственного регулирования сферы туризма в целом. Проведена краткая оценка опыта государственного регулирования развития предпринимательства в Республике Марий Эл на основе изучения нормативно-правовой базы. Автором разработана комплексная стратегия государственного регулирования предпринимательства для сферы туризма.

Ключевые слова: сфера туризма, развитие предпринимательства, стратегия регулирования сферы туризма.

DEVELOP A COMPREHENSIVE STRATEGY MANAGEMENT
BUSINESS DEVELOPMENT: THE EXPERIENCE
OF THE REPUBLIC OF MARI EL FOR REGIONS OF RUSSIA

This article is devoted to the analysis of principles, goals, objectives and functions of the Tourism area regulation by the state. There is the short evaluation of the experience of entrepreneurship development regulation on the regulatory basis (on the case of Mari El Republic). The author develops the complex strategy of state entrepreneurship regulation for the tourism area.

Keywords: tourism area, entrepreneurship development, strategy regulation for the tourism area.

Введение. Предваряя анализ исследования, следует отметить, что под комплексной стратегией государственного регулирования предпринимательства в сфере туризма автор статьи понимает комплекс мер, направленных на совершенствование управления развитием предпринимательства в данной сфере. Любая стратегия включает в себя прин-

ципы функционирования, составные элементы и описание условий ее внедрения. Постараемся описать данную стратегию по схожей схеме.

Под «государственным регулированием предпринимательства в сфере туризма» предлагается понимать систему последовательных мероприятий стратегического и практического характера, реализуемых в определенный период времени и на определенной территории непосредственно органами государственной или муниципальной власти или через организации с государственным участием и имеющих конечной целью достижение и укрепление финансовой независимости, улучшение показателей социально-экономического развития территории в целом, в том числе через показатели, характеризующие развитие сферы туризма, путем применения механизмов управления (формирования, аккумуляирования, трансформации, распределения, перераспределения, возобновления и пр.) финансовыми ресурсами, находящимся в распоряжении органов государственной или муниципальной власти или организаций с государственным участием, и создания условий для привлечения внебюджетных финансовых средств в данную отрасль.

Таким образом, в качестве субъекта государственного финансового регулирования сферы туризма выступает государство (органы государственной или муниципальной власти, организации с государственным участием), в качестве объекта – экономика отдельно взятой территории (страны, региона, городского округа и т.п.), отрасль туризма. При этом важной особенностью является факт включения в состав объектов именно экономики в целом, а не только туристской отрасли, поскольку регулирование сферы туризма осуществляется именно для роста социально-экономических показателей территории в целом.

По мнению автора работы, в вопросах совершенствования теоретических основ государственного регулирования предпринимательства в сфере туризма особое внимание стоит уделить принципам, целям, задачам и функциям государственного финансового регулирования сферы туризма в целом.

Целью настоящего исследования является характеристика принципов, целей, задач и функций государственного финансового регулирования сферы туризма на примере Республики Марий Эл.

Интерпретация результатов исследования и их анализ. Проведенный автором работы анализ позволяет к принципам государственного финансового регулирования сферы туризма отнести следующее:

1. Принцип законности. Данный принцип подразумевает реализацию субъектами государственного финансового регулирования сферы туризма механизмов финансовой политики в соответствии с действующими на территории Российской Федерации нормативными правовыми актами.

2. Принцип ответственности. Принцип подразумевает ответственность должностных лиц субъектов и конечных объектов государственного финансового регулирования сферы туризма за несоблюдение действующего законодательства.

3. Принцип финансового федерализма. Данный принцип подразумевает единообразие интересов государственного финансового регулирования сферы туризма, реализуемых как на федеральном, так и на региональном уровнях.

4. Принцип самостоятельности субъектов государственного регулирования сферы туризма. Данный принцип подразумевает наличие самостоятельности в применении механизмов регулирования у субъектов государственного финансового регулирования сферы туризма.

5. Принцип максимальной эффективности использования имеющихся финансовых ресурсов и инструментов государственного регулирования. Предполагается, что при прочих равных условиях предпочтение должно отдаваться таким механизмам государственного финансового регулирования, как социально-экономический либо финансовый (в зависимости от целей регулирования), эффект от которых максимален.

6. Принцип социальной направленности. Реализуемые механизмы государственного регулирования предпринимательства в сфере туризма должны быть направлены на решение общественно значимых задач.

7. Принцип плановости. Государственное регулирование сферы туризма должно осуществляться в соответствии с официальными документами, принятыми на различных уровнях и содержащими такую информацию как: перечень применяемых инструментов регулирования, сроки регулирования, объемы и источники регулирования, ответственный за реализацию механизма регулирования, пр.

8. Принцип гласности (прозрачности, открытости). Информация о государственном регулировании должна находиться в свободном доступе как для субъектов регулирования, так и для конечных объектов и граждан.

9. Принцип равноправия конечных объектов государственного регулирования сферы туризма. Объекты регулирования при условиях ответственности установленным параметрам регулирования и наличия одинаковой эффективности должны иметь одинаковые позиции при принятии решения о применении в отношении них механизмов финансового регулирования.

10. Единство финансовой системы и денежной политики. Реализуемые механизмы государственного финансового регулирования сферы туризма не должны нарушать единство финансовой системы Российской Федерации и противоречить реализуемой денежной политике.

11. Принцип комплексности государственного регулирования сферы туризма. Механизмы регулирования должны решать максимально возможное количество задач и иметь комплексный характер.

12. Принцип совершенствования механизмов государственного регулирования сферы туризма. Существующий инструментарий регулирования должен постоянно совершенствоваться путем развития новых инструментов и услуг, а также внедрения современных технологий и др.

Исследованиями доказано, что, с точки зрения субъектов государственного регулирования предпринимательства сферы туризма, основными целями разработки и внедрения комплексной стратегии регулирования развитием предпринимательства являются:

1. Достижение и укрепление финансовой независимости, улучшение показателей социально-экономического развития территории в целом, в т.ч. через показатели, характеризующие развитие сферы туризма.

2. Увеличение государственных доходов, в т.ч. путем увеличения отчислений в бюджеты всех уровней и внебюджетные фонды, и доходов населения.

3. Создание новых рабочих мест и сокращение расходов на содержание безработных граждан.

4. Получение максимального эффекта от вложенных государственных инвестиций.

5. Привлечение частных инвесторов и развитие практики государственно-частного партнерства.

6. Формирование положительного имиджа туристской территории у местного населения и за пределами данной территории и др.

Достижение данных целей возможно путем решения следующих задач государственного регулирования развития предпринимательства в регионах России:

1. Принятие среднесрочных (долгосрочных) нормативных правовых актов, регламентирующих проведение государственной политики в сфере туризма, утверждение планов реализации таковой политики.

2. Использование программно-целевых (системно-целевых, программно-системных) механизмов развития сферы туризма, в т.ч. через отраслевые и региональные целевые программы.

3. Создание условий для эффективного использования государственных и частных инвестиций.

4. Обеспечение условий для эффективного управления финансовыми ресурсами (аккумуляции, распределения, перераспределения).

5. Обеспечение контроля за достижением целей (целевых показателей, индикаторов) государственного финансового регулирования сферы туризма.

В ходе проведенных исследований выявлены следующие составные элементы, или функции, комплексной стратегии государственного регулирования предпринимательства в сфере туризма.

Функция структурированности (системности). Государственное регулирование сферы туризма осуществляется в рамках существующей в Российской Федерации финансовой системы и реализуемой денежной политики. Таким образом, оно является частью системы финансового регулирования отраслей экономики и подчиняется общим закономерностям, действующим в финансовой структуре Российской Федерации.

Управленческая функция. С помощью государственного финансового регулирования сферы туризма происходит государственное управление развитием предпринимательства данной сферы. Государство управляет развитием сферы туризма путем реализации на отдельной территории механизмов (методов) государственного финансового регулирования сферы туризма через существующую финансовую систему государства. Без вмешательства государства развитие данной сферы практически невозможно.

Функция накопления, распределения и перераспределения финансовых ресурсов (обеспечивающая функция). Государство аккумулирует финансовые ресурсы путем получения государственных доходов от сферы туризма (налоговые отчисления, продажа под цели осуществления туристской деятельности государственного имущества, поступления арендной платы за пользование государственными землями в целях осуществления туристской деятельности, пр.). Данные ресурсы могут быть направлены, например, на оказание государственной поддержки предприятиям, осуществляющим предпринимательскую деятельность в сфере туризма, или иные мероприятия. В случае необходимости данные средства могут быть перераспределены на иные цели, например, на развитие инфраструктуры сферы туризма (строительство дорог, пристаней, прокладка электрических сетей, пр.).

Регулятивная функция. С помощью государственного регулирования сферы туризма можно осуществлять регулирование тех или иных направлений туристской деятельности (гостиничный бизнес, ресторанный, санаторно-оздоровительный, пр.) или перенаправить финансовые потоки на иные отрасли экономики. Кроме этого, с помощью механизмов финансового регулирования можно корректировать экономику сферы туризма. Например, при значительном повышении налогов количество предприятий, осуществляющих деятельность в данной отрасли, может существенно снизиться. Соответственно, произойдет и снижение показателей, характеризующих социально-экономическое развитие сферы туризма. И, наоборот, при неизменном состоянии макроэкономиче-

ской среды организации применение мер стимулирующего характера (снижение налоговой нагрузки, оказание кредитно-финансовой поддержки предприятиям сферы туризма, пр.) может значительно улучшить показатели развития отрасли.

Функция планирования. Государственное регулирование сферы туризма должно осуществляться в соответствии с определенными нормативными правовыми актами и планами, утвержденными на конкретный временной срок. В качестве такого плана может выступать бюджет отдельно взятой территории, целевая программа развития сферы туризма, адресная инвестиционная программа, пр. В большинстве случаев данные документы готовятся на основе прогнозов социально-экономического развития территорий или иных документов (стратегии, концепции развития страны, региона, отрасли) на определенный период времени.

Контрольная функция. При реализации государственной политики в сфере туризма должна не только проводиться оценка эффективности реализуемых мероприятий, но и осуществляться контроль и надзор за целевым использованием государственных финансов. При наличии нарушений по отношению к ответственным должны применяться меры, установленные российским законодательством.

Проведенный анализ позволяет утверждать, что финансовое регулирование сферы туризма, как форма рыночного регулятора предпринимательской деятельности в данной сфере, имеет свою структуру, которая включает в себя группы, методы, формы и виды финансового регулирования. При этом формы и виды (инструменты) финансового регулирования могут также иметь свою классификацию. Сразу отметим, что приведенная схема имеет общий характер, поскольку более детальное рассмотрение звеньев предложенной системы требует дополнительного научного исследования. В данной схеме также отсутствуют конкретные инструменты финансового регулирования сферы туризма ввиду их многообразия.

Анализируя систему государственного финансового регулирования отрасли, отметим следующие принципиальные моменты. По мнению автора работы, стоит отличать прямое и косвенное регулирование от административного и экономического регулирования, так же как и предпринимательство следует подразделять на вынужденное и добровольное. На наш взгляд, любое решение государства можно считать административным, поскольку оно оформляется нормативным правовым актом.

В данном контексте под административными инструментами государственного финансового регулирования сферы туризма мы предлагаем понимать меры, которые связаны непосредственно с нормотворче-

ской деятельностью (принятие нормативных правовых актов в сфере туризма, их корректировка, отмена, пр.), а также административными процедурами, необходимыми в ходе осуществления деятельности в сфере туризма или при реализации инвестиционных проектов в данной сфере (сертификация, стандартизация услуг, подключение к электрическим сетям, пр.). Таким образом, некоторые экономические мероприятия могут также являться административными, если найдут отражение в нормативном правовом акте. Например, предоставление налоговых льгот является косвенным экономическим инструментом финансового регулирования, но его применение возможно только после отражения в нормативном правовом акте. В свою очередь, некоторые административные мероприятия могут не иметь экономического характера (например, подготовка кадров для сферы туризма). В то же время направление финансовых потоков на обучение специалистов для данной сферы возможно только после закрепления этой меры в нормативных правовых документах.

Обобщение результатов исследования, проведенных в сфере туризма в Республике Марий Эл, приводит к выводу, что государственное регулирование сферы туризма и развития предпринимательства на региональном уровне имеет свои особенности. Рассмотрим эти особенности более подробно.

Регионы зависимы от федеральных органов государственной власти, решений, принимаемых на федеральном уровне, а также показателей, формируемых в центре. В большинстве случаев регионы Российской Федерации не имеют влияния на регулирование данных инструментов. На практике возможности финансового регулирования сферы туризма на региональном уровне сводятся к привлечению средств из федерального бюджета на поддержку мероприятий, реализуемых для развития сферы туризма, направление средств регионального бюджета на поддержку предприятий сферы туризма в различных видах и формах, регулирование ставок налогов и сборов, находящихся в ведении субъектов Российской Федерации, создание условий для привлечения как государственных, так и частных инвестиций в развитие сферы туризма, создание и финансирование деятельности специализированных туристских организаций. В пределах данных полномочий регионы вправе принимать самостоятельные решения.

На основе анализа Бюджетного кодекса Российской Федерации мы отмечаем незначительную долю налоговых и неналоговых отчислений, актуальных для предприятий сферы туризма в регионах, в общем перечне налоговых и неналоговых поступлений, которые относятся к ведению регионов. Большинство из опрошенных организаций уплачивают

налог при применении упрощенной системы налогообложения либо единый налог на вмененный доход (в основном смежные виды деятельности, например, кафе, торговля, баня, сауна, пр.). Кроме этого, весомую долю в общем объеме налоговых отчислений составляет налог на доходы физических лиц. Часть индивидуальных предпринимателей применяет упрощенную систему налогообложения на основе патента. Крупные представители туристкой инфраструктуры используют общую систему налогообложения. К таковым в Республике Марий Эл относятся в основном предприятия сферы туризма с государственным участием либо структурные подразделения средних и крупных предприятий, чья деятельность с туризмом не связана. Так, например, в республике имеются крупные предприятия, занимающиеся производственной деятельностью, но имеющие в своей структуре дома и базы отдыха, санатории, пр. Данный феномен сохранился со времен СССР.

Таким образом, оказание косвенной финансовой поддержки предприятиям и организациям сферы туризма в виде предоставления налоговых льгот возможно в пределах тех налогов, которые они уплачивают и которые зачисляются в консолидированные бюджеты регионов (специальные налоговые режимы, упрощенная система налогообложения на основе патента, налог на прибыль, налог на имущество, земельный и транспортный налоги, пр.). При этом часть ставок налогов, которые зачисляются в консолидированные бюджеты, устанавливаются на федеральном уровне и регулированию на региональном уровне не подлежит (налог на доходы физических лиц, тарифы страховых взносов в части зачисления в ТФОМС, пр.). Эффективным данный инструмент финансового регулирования для развития предпринимательства станет в случае, если за отчетный период сумма налоговых поступлений от предприятий, применивших льготную налоговую ставку, превысит объем выпадающих доходов регионального бюджета.

Для этого целесообразно увеличение:

1) налогооблагаемой базы при применении специальных налоговых режимов, которая, в свою очередь, может зависеть либо от увеличения числа предприятий (при сохранении среднего уровня доходности ранее созданных предприятий), либо от увеличения доходности ранее созданных предприятий и организаций при сохранении их количества, что само по себе маловероятно при отсутствии кардинальных изменений в отрасли (назовем указанную стратегию «стратегией количества и качества»);

2) процентного соотношения отчислений в бюджеты, что, в свою очередь, «выгодно» для одного уровня бюджета, доля отчислений в который увеличена, и «невыгодно» для другого уровня бюджета, доля которого, соответственно, снижена (назовем указанную стратегию «до-

норской стратегией»). На взгляд автора работы, применение «донорской стратегии» экономически нецелесообразно, поскольку при ее применении не создается стимулов для развития более слабого уровня бюджета и увеличивается налоговая нагрузка на бюджет-донор. В этой связи предлагаем не рассматривать данную стратегию в качестве экономически эффективной;

- 3) имущественной базы предприятий и организаций сферы туризма;
- 4) их прибыльности.

Отметим и тот факт, что налог на доходы физических лиц взимается с заработной платы работающих, а этот показатель входит в перечень показателей, по которым оценивается социально-экономическое положение региона. Экономика региона заинтересована в повышении средней заработной платы работающих на предприятиях сферы туризма, что, в свою очередь, зависит от увеличения уровня доходности ранее созданных предприятий; снижения издержек, напрямую влияющих на результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятий и организаций.

Данные налоговые льготы не всегда могут быть направлены на стимулирование действующих предприятий. В большинстве случаев эти меры являются определяющими при выборе потенциальными инвесторами площадки для реализации инвестиционных проектов. По мнению автора работы, для государства именно привлечение частных инвестиций в развитие сферы туризма является определяющей задачей при формировании государственной финансовой политики в сфере туризма. Вопрос привлечения инвестиций является проблемным для регионов Российской Федерации. В этой связи положительный опыт Республики Марий Эл, в которой в последние годы достигнут значительный прогресс в вопросах создания благоприятного климата для реализации инвестиционных проектов, может быть полезен и для других субъектов.

В Республике Марий Эл приняты следующие основные нормативные правовые акты, регулирующие инвестиционную деятельность:

1. Закон Республики Марий Эл от 13 мая 1997 г. № 23-3 «О привлечении инвестиций в экономику Республики Марий Эл» определяет правовые, экономические и социальные условия привлечения в экономику Республики Марий Эл капитала российских и иностранных юридических и физических лиц, а также кредитов иностранных государств и направлен на обеспечение и защиту прав собственности субъектов инвестиционной деятельности, стимулирование производства, реструктуризацию экономики и создание новых рабочих мест.

2. Законом Республики Марий Эл от 2 августа 2011 года № 45-3 «Об участии Республики Марий Эл в государственно-частном партнер-

стве» определены основы правового регулирования, цели, принципы и формы участия республики в государственно-частном партнерстве.

3. Законом Республики Марий Эл от 27 октября 2011 года № 59-3 «О регулировании отношений в области налогов и сборов в Республике Марий Эл» определены основные налоговые льготы и условия их применения для предприятий, реализующих инвестиционные проекты в сфере туризма (освобождение от налога на имущество, понижение налога на прибыль, снижение до 10 % ставки при применении упрощенной системы налогообложения).

4. Закон Республики Марий Эл от 21 марта 2012 года № 17-3 «Об инвестиционной деятельности в Республике Марий Эл, осуществляемой в форме капитальных вложений» регулирует отношения в области инвестиционной деятельности и определяет формы и методы государственного регулирования инвестиционной деятельности, осуществляемой в форме капитальных вложений.

5. Распоряжение Правительства Республики Марий Эл от 2 марта 2004 г. № 113-р «Об утверждении примерной формы инвестиционного соглашения между Правительством Республики Марий Эл и инвестором, реализующим инвестиционный проект на территории Республики Марий Эл», которым утверждена форма инвестиционного соглашения, заключаемого между Правительством Республики Марий Эл и частным инвестором.

В соглашениях и других документах, заключаемых между Правительством Республики Марий Эл и частным инвестором, определяются конкретные мероприятия, объемы и источники финансирования, а также действия сторон при реализации каждого инвестиционного проекта. Это позволяет активизировать и скоординировать действия всех заинтересованных сторон при реализации инвестиционных проектов и дает право Правительству Республики Марий Эл осуществлять мониторинг хода реализации инвестиционного проекта, а частному инвестору получить административную поддержку в реализации инвестиционного проекта. Таким образом, осуществляется сопровождение инвестиционных проектов до момента запуска предприятия или производства и решение в связи с этим текущих вопросов, связанных с реализацией проекта, а также содействие в получении разрешительной или иной документации, необходимой для его реализации.

6. Распоряжение Правительства Республики Марий Эл от 17 июня 2009 г. № 330-р «О формировании и ведении реестра свободных инвестиционных площадок в Республике Марий Эл», определяющее ведение реестра свободных инвестиционных площадок (свободных объектов, предлагаемых для использования в инвестиционных целях и пригодных

для размещения объектов производственного, торгового и иного назначения), который размещается для свободного доступа на сайте правительства республики.

7. Постановлением Правительства Республики Марий Эл от 28 апреля 2010 г. № 110, которым утверждена республиканская целевая программа «Развитие инвестиционной деятельности в Республике Марий Эл в 2010-2014 годах».

8. Постановлением Правительства Республики Марий Эл от 29 декабря 2009 года № 306 «Об утверждении Положения об аренде земельных участков, находящихся в собственности Республики Марий Эл» определено взимание арендной платы за землю при реализации инвестиционного проекта по минимальной ставке – 0,01 % от кадастровой стоимости земельных участков, применяемых для расчета арендной платы.

Реализация инвестиционных проектов на территории Республики Марий Эл осуществляется по следующим принципам:

1. Реализация инвестиционных проектов на условиях частно-государственного партнерства.

2. Сочетание стратегического подхода и оперативного реагирования на происходящие изменения и общие тенденции развития экономики.

3. Обеспечение сбалансированности развития промышленного комплекса, развития инженерной инфраструктуры на территории Республики Марий Эл, а также объектов социально-бытового назначения.

4. Активное позиционирование Республики Марий Эл как инвестиционно привлекательного региона на российском, межрегиональном и международном уровнях.

5. Создание Правительством Республики Марий Эл условий, с одной стороны, направленных на снижения издержек на ведение бизнеса на территории республики, с другой стороны – на снижение инвестиционных рисков, связанных с вложением инвестиций.

Анализ полученных результатов позволяет выявить общие условия реализации инвестиционной политики Правительства Республики Марий Эл, к которым относятся:

- во-первых, снижение издержек на ведение в регионе бизнеса, в частности: проведение земельной политики (создание полноценных имущественных комплексов путем формирования земельных участков); развитие рыночной инфраструктуры, в т.ч. поддержка малого и среднего предпринимательства, инновационной деятельности и др.; создание благоприятной налоговой и инвестиционной политики (предоставление налоговых льгот и государственной поддержки в реализации инвестиционных проектов в соответствии с действующим законодательством); административная поддержка инвестиционных проектов и др.;

- во-вторых, снижение инвестиционных рисков, связанных с вложением инвестиций, в частности: повышение эффективности управления, планирования экономики и повышение уровня принимаемых управленческих решений (на основе методов индикативного управления, ориентации всех элементов системы на достижение конкретных целей, внедрения программно-целевого метода реализации целевых программ и др.); формирование открытой информационной среды (использование современных технологий распространения информации, Internet, возможностей СМИ, позиционирование Республики Марий Эл как инвестиционно привлекательного региона и др.); поддержание стабильного политического климата; развитие межрегиональных и международных связей, межотраслевой кооперации и др. [9].

Как было отмечено выше, государственное регулирование предпринимательства в сфере туризма на уровне регионов может осуществляться путем привлечения средств из федерального бюджета на поддержку мероприятий, реализуемых для развития сферы туризма, а также направления средств регионального бюджета на поддержку предприятий сферы туризма в различных видах и формах. Данный метод позволяет унифицировать процедуру распределения финансовых потоков. Например, финансирование целевой программы по развитию малого или среднего предпринимательства в сфере туризма закрепляется в законе о бюджете и имеет свою целевую статью. При этом коды бюджетной классификации могут быть различными в зависимости от форм поддержки (в некоторых целевых программах регионов бюджетные ассигнования на капитальное строительство имеют один КБК, а субсидии на реализацию остальных мероприятий – другой КБК.). В данную программу могут быть включены все реализуемые в регионе мероприятия. Таким образом, происходит их систематизация в одном документе. Отсутствие целевой программы развития туризма является основным негативным фактором, тормозящим развитие данной отрасли. В этом мы убедились на примере Республики Марий Эл, в которой до 2010 года не был принят подобный документ, в то время как в соседних регионах уже был получен социально-экономический эффект от развития сферы туризма.

В то же время стоит отметить, что целевая программа имеет определенную структуру. В каждом регионе существует нормативный правовой акт, определяющий порядок разработки, реализации и предоставления отчетности по исполнению целевых программ. Региональные особенности разработки целевых программ в Республике Марий Эл отражены в постановлении Правительства Республики Марий Эл от 4 апреля 2007 года № 92. Это обусловлено необходимостью упорядочения разработки и реализации целевых программ и повышения эффективности использования средств республиканского бюджета Республики Марий Эл.

Методическое руководство и координацию работ по разработке и реализации республиканских целевых программ Республики Марий Эл осуществляет Министерство экономического развития и торговли Республики Марий Эл. К основным понятиям, которые используются в целевых программах республики, относится термин «Республиканская целевая программа Республики Марий Эл» – увязанный по ресурсам, исполнителям и срокам осуществления комплекс научно-исследовательских, опытно-конструкторских, производственных, социально-экономических, организационно-хозяйственных и других мероприятий, обеспечивающих эффективное решение конкретных задач в области государственного, экономического, экологического, социального и культурного развития Республики Марий Эл. «Государственный заказчик программы (руководитель программы)» – ответственный за организацию разработки и реализации программы орган исполнительной власти Республики Марий Эл.

При разработке программы выделяются следующие этапы: отбор проблем для программной разработки, принятие решения о разработке программы и ее формирование, утверждение программы, управление реализацией программы и, наконец, мониторинг и контроль за ходом выполнения программы.

При отборе проблем для их программной разработки и решения на республиканском уровне руководствуются следующими факторами: значимость проблемы, отсутствие возможности комплексно решить проблему в приемлемые сроки за счет использования действующего рыночного механизма и необходимость государственной поддержки для ее решения, принципиальная новизна и высокая эффективность программных мероприятий, необходимых для решения проблемы, взаимоувязанность программных мероприятий, обеспечивающих целевое управление межотраслевыми связями технологически сопряженных отраслей и производств в ходе их решения, соответствие системе целей и задач деятельности органа исполнительной власти Республики Марий Эл.

При этом программные мероприятия, их финансирование должны быть конкретизированы на ближайшие 1-3 года. При экспертизе проекта программы особое внимание обращается на соответствие характера проблемы, предлагаемой для программного решения, приоритетным направлениям социально-экономического развития Республики Марий Эл, сравнение с действующими федеральными, республиканскими и ведомственными целевыми программами; соответствие системе целей и задач деятельности органа исполнительной власти Республики Марий Эл; обоснованность программных мероприятий, сроки их реализации;

отсутствие возможности комплексного решения проблемы в приемлемые сроки за счет использования действующего рыночного механизма; эффективность механизма осуществления программы; социальную и бюджетную эффективность программы в целом, ожидаемые конечные результаты реализации программы; возможность объединения поступивших предложений для разработки комплексной программы. Кроме этого, при подготовке программы необходимо получить одобрение со стороны Межведомственной комиссии по инвестициям и реструктуризации экономики при Правительстве Республики Марий Эл, утвержденной постановлением Правительства Республики Марий Эл от 26 марта 2001 года № 87, Министерства экономического развития и торговли Республики Марий Эл, а также заключение Министерства финансов Республики Марий Эл о наличии финансовых ресурсов в среднесрочной перспективе на реализацию программы.

При подготовке программ, при реализации которых может быть оказано воздействие на окружающую природную среду, обязательно наличие положительного заключения государственной экологической экспертизы. Постановлением также предусмотрена обязательная ежегодная отчетность и отчетность по окончании срока реализации программы [8]. Таковы основные требования к разработке республиканских целевых программ в Республике Марий Эл. Аналогичные по содержанию документы должны быть утверждены и в других регионах Российской Федерации, поскольку они унифицируют и регламентируют порядок разработки и утверждения целевых программ.

Выводы. Подводя итоги, отметим, что в данной статье представлена авторская позиция в вопросах теоретического обоснования феномена регулирования предпринимательства в сфере туризма – изложено понятие, определены принципы, функции, цели, задачи. Кроме этого, приведена общая классификация методов государственного регулирования предпринимательства в данной сфере на основе различных признаков. Отдельное внимание уделено описанию региональных особенностей финансового регулирования предпринимательства в сфере туризма. Отражено мнение об основных механизмах финансового регулирования, которые могут применяться на региональном уровне: стимулирование путем предоставления налоговых льгот, создание благоприятного инвестиционного климата, реализация целевых программ по развитию предпринимательства в сфере туризма. В рамках данных мероприятий, по нашему мнению, может быть реализован полный набор инструментов, направленных на развитие сферы туризма в регионах Российской Федерации. Некоторые мероприятия могут быть не включенными в вышеиз-

ложенный перечень. Таким образом, их реализация будет осуществляться самостоятельно. Данные механизмы, направленные на развитие сферы туризма, могут применяться в рамках модели управления предпринимательством в сфере туризма посредством финансового регулирования.

Список литературы

Федеральные нормативные правовые акты

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации // Справочно-правовая система «Гарант».
2. Налоговый кодекс Российской Федерации // Справочно-правовая система «Гарант».
3. О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности Российской Федерации»: федеральный закон РФ от 17.01.2007 № 132-ФЗ.
4. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: федеральный закон РФ от 24.07.2007 № 209-ФЗ.
5. Об основах туристской деятельности Российской Федерации: федеральный закон РФ от 4.10.96 № 132 // Справочно-правовая система «Гарант».
6. Об утверждении Стратегии социально экономического развития Приволжского федерального округа на период до 2020 года: распоряжение Правительства Российской Федерации от 7 февраля 2011 года № 165-р // Собрание законодательства Российской Федерации. 2011. № 8. С. 1142- 1164.

Региональные нормативные правовые акты

7. О грантах Главы Республики Марий Эл на модернизацию производства субъектов малого и среднего предпринимательства в 2012 году: постановление Правительства Республики Марий Эл от 16.05.2012 № 162 // Справочно-правовая система «Гарант».
8. О порядке разработки, утверждения и реализации республиканских целевых программ Республики Марий Эл: постановление Правительства Республики Марий Эл № 92 от 04.04.2007 // Собрание законодательства Республики Марий Эл. 2007. № 5. С. 249.
9. О привлечении инвестиций в экономику Республики Марий Эл: закон Республики Марий Эл № 23-З от 13.05.1997 // Справочно-правовая система «Гарант».
10. О регулировании отношений в области налогов и сборов в Республике Марий Эл: закон Республики Марий Эл № 59-З от 27.10.2011 // Марийская правда: официальный еженедельник. 2011. № 42.
11. О республиканской целевой программе «Развитие инвестиционной деятельности в Республике Марий Эл в 2010-2014 годах»: постановление Правительства Республики Марий Эл № 110 от 28.04.2010 // Справочно-правовая система «Гарант».

12. О республиканской целевой программе «Развитие малого и среднего предпринимательства в Республике Марий Эл на 2012-2020 годы»: постановление Правительства Республики Марий Эл от 01.09.2011 № 277 // Справочно-правовая система «Гарант».

13. О республиканской целевой программе «Развитие туризма в Республике Марий Эл на 2011-2016 годы»: постановление Правительства Республики Марий Эл № 359 от 24.12.2010 // Собрание законодательства Республики Марий Эл. 2011. № 1 (часть I). С. 76.

14. Об определении уполномоченного органа государственной власти Республики Марий Эл по аккредитации организаций, осуществляющих классификацию объектов туристской индустрии: распоряжение Правительства Республики Марий Эл от 31.08.2011 № 529-р // Справочно-правовая система «Гарант».

15. Об утверждении Положения о порядке и условиях предоставления субсидий субъектам инвестиционной деятельности, реализующим инвестиционные проекты в сфере туризма: постановление Правительства Республики Марий Эл № 285 от 07.09.2011 // Марийская правда: официальный еженедельник. 2011. № 40.

16. Об утверждении Положения об аренде земельных участков, находящихся в собственности Республики Марий Эл»: постановление Правительства Республики Марий Эл № 306 от 29.12.2009 // Собрание законодательства Республики Марий Эл. 2006. № 1(2).

17. Об утверждении примерной формы инвестиционного соглашения между Правительством Республики Марий Эл и инвестором, реализующим инвестиционный проект на территории Республики Марий Эл: распоряжение Правительства Республики Марий Эл № 113-р от 02.03.2004 // Справочно-правовая система «Гарант».

18. Об участии Республики Марий Эл в государственно-частном партнерстве: закон Республики Марий Эл № 45-З от 02.08.2011 // Справочно-правовая система «Гарант».

УДК 338.48 (470.343)

Шульмин В. А.,

канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и организации производства,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия, Vladimir_Shulmin@mail.ru

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ МАРИЙ ЭЛ

В статье рассмотрены актуальные проблемы развития въездного туризма в Республике Марий Эл. Определены наиболее перспективные направления туризма в этом регионе. Сформулированы некоторые предложения для региональных органов власти по более активному развитию въездного туризма в Республике Марий Эл.

Ключевые слова: въездной туризм, экологический и этнографический туризм, инфраструктура туризма, фирменный стиль.

TRENDS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF ENTRANCE TOURISM IN THE REPUBLIC OF MARI EL

The article considers actual problems of development of tourism in the Mari El Republic. The most promising areas of tourism in the region. Some suggestions for regional authorities to take a more active tourism development in the Republic of Mari El.

Keywords: inbound tourism, ecological and ethnographic tourism, tourism infrastructure, corporate identity.

Сфера туризма, являясь в настоящее время одной из важнейших отраслей экономики во многих странах мира, может рассматриваться как фактор экономического роста страны и региона, где она развивается, поскольку характеризуется высоким уровнем эффективности и быстрой окупаемостью вложений. При этом доходы от туризма складываются из тех расходов, которые произведены туристом в ходе его путешествия (размещение, транспорт, питание, туры, развлечения и др.). Следует отметить благотворное влияние туризма на развитие многих отраслей народного хозяйства: строительства, транспорта, связи, общественного питания, торговли и др. А создание предприятий в этих отраслях, в свою очередь, через систему налогообложения приносит немалую пользу региону, где развивается туризм, и местному населению. Кроме того, развитие сферы туризма во многом способствует решению проблемы занятости населения.

Весьма перспективным регионом для развития самых разнообразных видов въездного туризма является и Республика Марий Эл. Как отмечает Е. В. Коньшев, «туристская система любого региона представляет собой результат исторического развития, в ходе которого происходит взаимодействие природных предпосылок и социально-географических условий, присущих конкретному региону» [5, с. 3]. Республика Марий Эл – это регион с богатейшей историей и самобытной культурой, удивительно красивая, богатая озерами и лесами территория на берегах Волги.

В последнее время въездной туризм в Республике Марий Эл приобретает всё большую популярность. Например, в 2014 году ее посетило более 35 тысяч человек, тогда как в 2009 году – 20 тысяч туристов из самых различных регионов России [10], т.е. наблюдается весьма заметный рост. Этому в немалой степени способствовало принятие государственная программы Республики Марий Эл «Развитие туризма в Рес-

публике Марий Эл на 2014-2020 годы», утвержденной Постановлением Правительства Республики Марий Эл от 31 декабря 2013 года [4].

Если несколько лет назад регион мог предложить своим гостям только экскурсионное обслуживание в музеях и исторических местах, сейчас же, помимо музеев, появляются частные базы отдыха, различные гостиничные комплексы и кемпинги, открываются новые туристические маршруты. На территории республики и за ее пределами появляются организации, которые специализируются на туризме именно в этом небольшом регионе России.

Тем не менее въездной туризм в Республике Марий Эл развит еще недостаточно, несмотря на то, что здесь есть замечательные природные объекты и историко-культурные достопримечательности, которые могут быть местами паломничества туристов не только из самых разных уголков России, но и из стран ближнего и дальнего зарубежья. Это связано с целым рядом факторов, препятствующих более активному развитию въездного туризма в регионе. К ним можно отнести, например, **малую известность Республики Марий Эл** и ее туристских продуктов даже в регионах европейской части России, неудовлетворительное состояние дорог ко многим туристским объектам, недостаток и низкое качество туристских услуг, недостаточное развитие сети организаций, осуществляющих туроператорскую деятельность, малое количество туристических баз, кемпингов, мотелей и др. Так, среди 14 регионов Поволжья Республика Марий Эл оказалась на последнем месте по количеству гостиниц [6].

Наиболее актуальным направлением въездного туризма в республике является развитие **сельского и примыкающих к нему экологического и этнографического туризма**. Весьма благоприятными с точки зрения наличия необходимого потенциала для развития сельского туризма в Республике Марий Эл являются территории Медведевского, Килемарского, Звениговского, Новоторъяльского районов. В связи с этим необходимо отметить, что уже разработаны 12 туристических маршрутов именно этого направления. В их основу положена этнография региона – переплетение и взаимодействие трех существующих здесь культур (марийцев, чувашей и татар). Туристы смогут посетить этнографические и краеведческие музеи, поучаствовать в народных праздниках, отведать национальные блюда. Кроме того, Республика Марий Эл совместно с соседними республиками – Татарстаном и Чувашией – разработала тур «Три республики», в который входит посещение трех столиц – Чебоксар, Йошкар-Олы и Казани.

В 2007 году Информационный, туристический, культурный и деловой центр Республики Марий Эл получил грант Европейского Совета на

развитие сельского туризма в 2007-2009 гг. по проекту «Активизация социально-экономического развития на базе природного и культурного потенциала региона биосферного резервата Кугу-Какшан». Территории Медведевского, Килемарского и Звениговского районов, входящих в границы биосферного резервата, уникальны по природным богатствам и культурному наследию. В проект вошли также три деревни, на базе которых сейчас развивается сельский туризм.

Своеобразие и уникальность культуры финно-угорского народа мари, сохранившего до наших дней деревенский быт, народные промыслы и языческие обряды – главная составляющая этнографического и сельского туризма, которые сейчас активно развиваются на территории края. Сегодня ученые называют Марий Эл жемчужиной Поволжья. Это один из наиболее экологически чистых регионов европейской части России, имеющий огромный природный потенциал для развития туризма. Это и конные туры по сосновым лесам и березовым рощам, байдарочные путешествия по рекам и озерам, прогулки на теплоходе по Волге. Марийцы сохранили свои традиционные религиозные верования и обряды, а священные моленные рощи маришцев-язычников охраняются государством. Дары леса составляют основу маришской национальной кухни.

На протяжении 155 километров по территории республики протекает Волга – крупнейшая река Европы. Песчаный пляж на Волге около поселка Кокшайск, в 60 километрах от Йошкар-Олы, – излюбленное место отдыха жителей не только Марий Эл, но и соседней Чувашии. Широко известны далеко за пределами республики город Козьмодемьянск и поселок Юрино. Первый стал известен тем, что явился прообразом Васюков из знаменитого романа Ильфа и Петрова «Двенадцать стульев». Ежегодно в Козьмодемьянске проводится фестиваль юмора «Бендериада», на который съезжаются тысячи людей из самой Республики Марий Эл и других регионов.

Славится Республика Марий Эл и своими удивительными озерами. Они отличаются чистой свежающей водой, несут в себе летнюю прохладу (Таир, Карась, Шап, Яльчик и др.) Более 600 озер насчитывается в республике: больших и малых, различных по происхождению и полезным свойствам. Самым чистым во всем Поволжье считается озеро Нужьяр в Горномарийском районе, самое крупное – озеро Яльчик, площадь которого 195 га [8].

Все перечисленное – это лишь небольшая доля тех природных объектов Республики Марий Эл, которые могут быть привлекательны для массового посещения туристами.

Безусловно, для более активного развития въездного туризма в Республике Марий Эл необходимы значительные затраты в инфра-

структуру туризма. В то же время эта инфраструктура может быть использована не только для нужд туристов, но и для нужд местного населения. Актуальным в этой связи является строительство благоустроенных дорог, отелей, создание пунктов почтовой связи, интернет-центров, столовых, магазинов и т.д., что означает повышение качества жизни людей.

Для более активного развития въездного туризма в Республике Марий Эл следует использовать весь арсенал регионального маркетинга. В первую очередь необходимо **активнее продвигать регион во всех СМИ**, включая электронные, издавать каталоги о туристских ресурсах региона и о турах, проводимых в данном регионе, позиционировать республику как туристически привлекательный регион, предусматривать на эти цели средства из регионального бюджета. Важным этапом в продвижении туристского региона является **фирменный стиль**, разработка которого служит важным шагом во всей коммуникационной политике региона. Фирменный стиль включает в себя целый набор рекламно-информационных атрибутов в форме товарного знака, туристского логотипа, специальной символики.

Немаловажное значение имеет также **широкое использование традиционных праздников народа мари** и событий культурной, спортивной и общественной жизни в продвижении туристских возможностей республики.

Весьма актуальным, на наш взгляд, является **проведение республиканских конкурсов среди субъектов туристской индустрии**, направленных на стимулирование развития въездного и внутреннего туризма в Республике Марий Эл.

Список литературы

1. Боголюбов В. С. Экономика туризма. М.: Академия, 2015. 311 с.
2. Волков С.К. Система «все включено» как фактор развития туризма в РФ // Вестник национальной академии туризма. 2009. № 2. С. 46-48.
3. География туризма: учебник / В. И. Кружалин, Н. С. Мироненко, Н. В. Зигерн-Корн, Н. В. Шабалина. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 336 с.
4. Государственная программа Республики Марий Эл «Развитие туризма в Республике Марий Эл на 2014-2020 годы»: утв. постановлением Правительства Республики Марий Эл от 31 декабря 2013 года № 450 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://docs.pravo.ru/document/view/52459888/59701760/> (дата обращения 25.09.2015).
5. Коньшев Е. В. Социально-географические особенности развития туризма в Кировской области: автореферат дис... канд. геогр. наук. Пермь: Пермский государственный университет, 2005. 25 с.
6. Марий Эл оказалась аутсайдером туристических рейтингов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://yoshkarola.bezformata.ru/listnews/autsajderom-turisticheskikh-rejtingov/35719467/> (дата обращения 25.09.2015).

7. Неизвестная Марий Эл [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.12rus.ru/Dokument/72/> (дата обращения 15.09.2015).

8. «Сельский туризм в Кугу-Какшане» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.welcomemariel.ru> (дата обращения 20.09.2015).

9. Социально-экономическое значение туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kazatur.narod.ru/teosngeotur/14.HTML> (дата обращения 30.09.2015).

10. Туризм и отдых в Марий Эл [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://region12.ucoz.ru/> (дата обращения 30.09.2015).

11. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)»: утв. постановлением Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/55071986/>. (дата обращения 30.09.2015).

УДК 338.48

Н. Н. Зыкова,

канд. социол. наук, доцент кафедры социальных наук и технологий
ZykovaNN@volgatech.net;

И. Д. Тумбаева,

доцент кафедры социальных наук и технологий,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

СЕЛЬСКИЙ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В КОНТЕКСТЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Рассмотрены особенности экологического и сельского туризма, выявлены факторы, препятствующие их интенсивному развитию. Охарактеризован их потенциал в контексте развития экономики региона.

Ключевые слова: сельский туризм, экологический туризм, особо охраняемые природные территории, развитие сельского туризма.

AGRICULTURE AND ECOLOGICAL TOURISM IN THE CONTEXT OF REGIONAL DEVELOPMENT

Considered essential features of ecological and rural tourism, identified obstacles to their intensive development. Characterize their potential in the context of regional economic development.

Keywords: rural tourism, eco-tourism, protected areas, development of rural tourism.

В современных условиях возрастает роль туристской отрасли в экономике многих стран. Туризм не только показывает в среднем более высокие темпы экономического роста, чем другие отрасли хозяйства, но и решает проблемы стимулирования социального развития регионов, оказывает стимулирующее воздействие на такие сектора экономики, как транспорт, связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и составляет одно из наиболее перспективных направлений структурной перестройки экономики. В последнее время в силу таких факторов, как научно-технический прогресс, урбанизация, пресыщенность «традиционным» туристским предложением, сформировались новые функциональные виды туризма, к которым, например, относятся экотуризм, агротуризм, экзотико-приключенческий и экстремальный туризм и др.

В Республике Марий Эл принята и реализуется региональная программа развития туризма, предусматривающая в качестве приоритетных направлений развитие экологического и сельского туризма. Эти функциональные виды туризма имеют некоторые общие черты: используют природные ресурсы, удовлетворяют культурно-познавательные и рекреационные потребности людей. Вместе с тем специалисты выделяют специфические особенности каждого вида туризма. Экологический туризм осуществляется с целью наблюдения флоры и фауны, пребывания в не затронутой антропогенным воздействием среде без активного воздействия на нее. Сельский туризм – это вид туризма, который предполагает временное пребывание туристов в сельской местности с целью отдыха и/или участия в сельскохозяйственных работах [2].

Рассмотрим потенциал экологического и сельского туризма как фактора развития региональной экономики, а также социокультурные характеристики сельского населения, способствующие или препятствующие развитию данных направлений экономического роста. Экотуризм сегодня является перспективным направлением для России, не нарушает при этом целостности экосистем и создаёт такие экономические условия, при которых охрана природы и природных ресурсов становится выгодной для местного населения.

Согласно оценкам ВТО, доля экологического туризма в общем объеме мирового туристского потока составляет 7 %. Однако прирост экотуризма достигает 30 % в год. На 2012 год в Российской Федерации функционировало около 100 государственных природных заповедников, 41 национальный природный парк, 68 государственных природных заказников федерального значения, 2976 заказников регионального значения, 10 024 памятника природы, 31 природный парк регионального зна-

чения [3]. К концу 2002 г. 76 заповедников России (79 %) определили на своей территории экологические тропы и маршруты. Средняя их протяженность (в расчёте на один заповедник) составила 57 км. 22 заповедника (24%) уже имеют обустроенные или находящиеся в процессе обустройства экологические тропы и маршруты.

Основные регионы развития экологического туризма в России сосредоточены в Хабаровском и Камчатском краях, Сахалинской и Амурской областях, республиках Алтай, Башкортостан и Хакасия, Иркутской, Московской и Новгородской областях, Республике Карелия, Кабардино-Балкарской и Карачаево-Черкесской республиках. Государство планирует начать реализовывать комплекс мер по развитию инфраструктуры экологического просвещения и туризма с 12-ти особо охраняемых природных территорий, необходимое обустройство которых позволит выйти на качественно новый уровень экологического туризма в России.

Учитывая тенденции освоения туристских пространств, оптимальными условиями для экотуризма располагают национальные природные парки, как имеющие законодательное разрешение к природной деятельности. Основными видами туристских услуг и товаров в развивающихся национальных парках, по мнению специалистов, могут стать: экологические и эколого-культурные туры, разработанные, обустроенные и контролируемые парком; организация спортивного, приключенческого и реабилитационного туризма; специальные услуги размещения, транспортировки и проката снаряжения и т.д.; экскурсионные услуги (проведение специальных мероприятий и акций (ярмарок, выставок, фестивалей и пр.); образовательные и консультационные услуги самых разных типов; продажа местных сувениров, рекламно-информационной продукции.

Однако анализ состояния развития экологического туризма в России показал, что уникальная роль данного вида туризма пока еще недостаточно осознается в нашей стране на всех уровнях управления. А. А. Гусанов [1, с. 5]. выделяет следующие проблемы в развитии экологического туризма в России: разобщенность участников экологического туризма; отсутствие специализированных туроператоров; непроработанность правовой базы экологического туризма в России; наличие высокой стоимости транспортных услуг; низкий уровень сервиса при необоснованно высоких ценах (особенно на услуги размещения и питания); неразвитость среди населения России экологической культуры, пренебрежение нормами экологического права; слабое развитие экологической инфраструктуры и экологических технологий в ту-

ризме. Эти факторы существенно ограничивают потенциал экотуризма в развитии регионов на современном этапе.

На территории Республики Марий Эл функционирует природный заповедник «Большая Кокшага», который является государственным природоохранным, научно-исследовательским и эколого-просветительским учреждением, имеющим целью сохранение и изучение естественного хода природных процессов и явлений, генетического фонда растительного и животного мира, отдельных видов и сообществ растений и животных, типичных и уникальных экологических систем. Основной целью эколого-просветительской работы заповедника является пропаганда природоохранной деятельности этого учреждения, создание положительного отношения к нему со стороны населения. Одновременно решается задача формирования у жителей республики высокого уровня экологической культуры – стремления и способности людей использовать свои экологические знания в практической деятельности.

В Республике Марий Эл разработана программа создания и отработки малозатратного модельного механизма устойчивого жизнеобеспечения населения, проживающего на территории Килемарского муниципального района в границах планируемого биосферного резервата «Кугу Какшан». Данная программа ставила перед собой задачи задействовать имеющиеся кадры, знания, материальные, природные и финансовые ресурсы для повышения уровня самозанятости местного населения, в том числе на базе повышения туристской привлекательности и роста платных услуг, оказываемых местным населением посетителям. Важнейшей целью мероприятий по созданию биосферного резервата в Республике Марий Эл являлось формирование объекта, имеющего международное признание в рамках программы UNESCO, для привлечения российских и иностранных туристов в Республику Марий Эл и развития экологического туризма. Важнейшими критериями UNESCO, прежде всего, являются: наличие репрезентативных образцов природных биомов; существование уникальных сообществ или территорий с необычными особенностями, представляющими исключительный интерес; присутствие образцов гармоничного ландшафта, проявляющегося в результате традиционных способов землепользования; наличие образцов модифицированных или нарушенных экосистем, которые можно восстановить до более или менее естественного состояния. Вследствие определенных причин по невыполнению требований UNESCO возникли трудности с финансированием проекта биосферного резервата на территории Республики Марий Эл [5, с. 120].

Сложившаяся ситуация не является исключительной, развивать экологический туризм оказываются не готовы как местные органы вла-

сти, так и население. В связи с этим специалисты формулируют основные задачи развития экологического туризма, к которым целесообразно отнести: повышение уровня экологической образованности и общей культуры населения; обеспечение социально-экономических альтернатив истощительным формам природопользования; изменение отношения местных жителей к охраняемым территориям как к территориям, имеющим эстетическую и экономическую ценность, привлечение их к сотрудничеству в развитии экологического туризма; улучшение социальных и экономических условий в местных сообществах, в том числе благодаря созданию новых рабочих мест для местных жителей; создание дополнительных источников финансовой поддержки ООПТ; укрепление связей с международными природными резерватами, интеграция в систему мирового рынка экологического туризма [1].

Сегодня сельский туризм – туристский продукт, отвечающий новым запросам потребителей туристской продукции в новых условиях постиндустриального общества. В рамках сельского туризма учитываются особенности нового образа жизни человека, его психологические и культурные потребности, ценностные ориентации. По данным ВТО, ежегодный прирост в этом виде туристской деятельности составляет около 6%, тогда как прирост туризма в целом всего 2 %, из чего следует вывод о том, что сельский туризм сегодня – важный и устойчивый сегмент туристского рынка. Жители мегаполисов являются не единственной целевой группой потребителей услуг сельского туризма. Поскольку основными мотивами выбора этой формы отдыха можно считать: отсутствие средств для отдыха на дорогом фешенебельном курорте или в гостинице; устоявшийся образ жизни в сельской местности; необходимость оздоровления в климатических условиях, рекомендованных врачом; близость к естественной природе и возможность большое время проводить на свежем воздухе, в лесу; возможность питаться экологически чистыми продуктами; насущная необходимость в спокойной размеренной жизни; возможность приобщиться к другой культуре и обычаям, воспроизводство традиционных для России досуговых практик (дачный отдых), то представители самых разных социальных групп городского населения могут быть гостями сельских гостевых домов и туристских комплексов. Однако сельский туризм – не только туристский продукт, отвечающий современным требованиям, он – также альтернативная, несельскохозяйственная форма занятости в сельской местности, позволяющая решить ряд экономических и социальных проблем [4, с. 169].

Сельский туризм в ряде стран из вспомогательной отрасли сельского хозяйства в данный момент превратился в самостоятельный и конкурентоспособный сектор туристской индустрии, и некоторые государства (Гре-

ция, Кипр) стали рассматривать и поддерживать его уже в этом качестве. В настоящее время в России сельский туризм только формируется как специфическая форма отдыха в сельской местности с широкой возможностью использования природного, материального и культурного потенциала, а также как бизнеса, приносящего прибыль как частным лицам, так и государству. Безусловно, в России это пока не высокоприбыльный бизнес, а способ уменьшить социальную напряженность и снизить уровень бедности в сельской местности.

Практика предоставления услуг сельского туризма предполагает самые различные формы организации бизнеса: прием и проживание туристов в семьях селян, функционирование сельских гостевых домов, семейных гостиниц, туристских баз и комплексов, оказывающих комплекс разнообразных услуг. В данной сфере реализуются и инновационные технологии, среди которых исследователи выделяют создание крупных и средних специализированных агротуристических объектов, ориентированных на прием туристов и организацию их полноценного отдыха, например, культурно-исторических и этно-культурных комплексов, сельскохозяйственных парков. Еще одной не менее важной составляющей, способствующей решению проблем в сельском туризме, является создание региональных агротуристических сетей посредством развития малого, семейного и индивидуального бизнеса на базе существующих туристских ресурсов сельской местности – средств размещения и инфраструктуры [5].

Таким образом, на основе сравнительного анализа особенностей организации и функционирования экологического и сельского туризма авторы статьи пришли к выводу, что последний обладает более высоким экономическим потенциалом в хозяйственной системе региона. Развитие экологического туризма требует больших затрат и организационных усилий со стороны государства и бизнеса. Особенности правового регулирования хозяйственной деятельности в особо охраняемых природных территориях (ООПТ) часто требуют существенных перемен в хозяйственных практиках местного населения. Данные изменения встречают препятствия в виде сложившихся культурно-хозяйственных стереотипов и традиций. В противовес этому сельский туризм, как правило, начинает развиваться как дополнительные хозяйственные инициативы к сложившимся практикам ведения хозяйства. В случае экономической успешности сельские жители или предприниматели получают естественную мотивацию к его развитию. При этом конфликт между традиционной деятельностью и новыми хозяйственными практиками оказывается минимальным.

Список литературы

1. Гусанов А. А. Управление экологическим туризмом в регионах России: автореф. дис... канд. экон. наук. / А. А. Гусанов. М., 2010.
2. Гварлиани Т. Е., Бородин А. Н. Сельский и аграрный туризм как специфические виды туризма // Terra Economicus. 2011. Т.9, № 4. Ч. 3. 2011. С. 61-65.
3. Истомина Э. Г. Внутренний туризм и туристские ресурсы России: учебное пособие / под общ. ред. Е. И. Пивоварова. М.: РГТУ, 2012. 288 с.
4. Сурнина В. В. Направления совершенствования современной государственной политики туризма: сельский туризм // Вестник МГОУ. Серия: История и политические науки. 2011. № 4. С.168-176.
5. Полухина А. Н., Лежнин В. В. Инновационные методы развития региона: сельский туризм // Экономические науки. Экономика и управление. 2015. № 4 (125). С.117-121.

УДК 330.34

Репина Ю. А., студентка,

Поволжский государственный технологический университет,

г. Йошкар-Ола, Россия

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ МАРИЙ ЭЛ

Туризм на современном этапе развития общества является одним из инструментов оживления экономики и стимулирует развитие таких сфер экономической деятельности, как услуги коллективных средств размещения, транспорт, торговля, производство сувенирной продукции, связь, общественное питание, сельское хозяйство, строительство.

Ключевые слова: туризм, перспективы развития, проблемы.

PROBLEMS AND PROSPECTS OF TOURISM IN THE REPUBLIC OF MARI EL

Tourism in the present stage of development of society is an instrument of economic recovery and stimulate the development of economic activities such as the services of collective accommodation facilities, transportation, trade, production of souvenir production, communication, catering, agriculture and construction.

Keywords: tourism, development prospects, problems.

В Республике Марий Эл туризм признан одним из приоритетных направлений социально-экономического развития на перспективный период.

Имеющиеся в республике туристские и рекреационные ресурсы являются важной составляющей для развития внутреннего и въездного туризма.

Перспективы развития отрасли: увеличение внутреннего и въездного туристских потоков в Республику Марий Эл и рост количества граждан, размещенных в коллективных средствах размещения; увеличение количества мест в коллективных средствах размещения; повышение качества туристских услуг и, как следствие, увеличение объема услуг, оказанных населению туристскими организациями республики; увеличение объема платных санаторно-курортных услуг и услуг, оказанных гостиницами и аналогичными средствами размещения [2].

К основным факторам, препятствующим активному развитию въездного туризма в Республике Марий Эл, следует отнести: несовершенство нормативной правовой базы, регулирующей сферу туризма, отсутствие единого туристского бренда республики и постоянно действующих туристских маршрутов, пассивность комплексной рекламной кампании туристских возможностей Республики Марий Эл, ее малая известность как туристской дестинации, следствием чего является сложность продвижения отдельных туристских продуктов, создаваемых туроператорами республики.

Список литературы

1. Тенденции развития въездного туризма в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=701635>
2. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/460275188>

УДК 379.85

Охотина Н. М.,

канд. ист. наук, доцент кафедры сервиса и туризма
OhotinaNM@volgatech.net;

Кузьмина И. М., студентка,

Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ

Туристские ресурсы в Республике Марий Эл богаты и своеобразны. Это памятники архитектуры, музейные экспозиции, архивные материалы, живописные природные места. В совокупности все это создает благоприятные условия для отдыха.

Ключевые слова: туризм, туристские ресурсы, Республика Марий Эл, основные направления развития.

ASSESSMENT OF CURENT STATUS TURIST RESOURCES OF THE REPUBLIC OF MARI EL

Tourism resources in the Republic of Mari El rich and original . It monuments , museum exhibits , archival materials , beautiful natural places . Taken together, this creates favorable conditions for recreation.

Keywords: tourism, tourist resources , the Republic of Mari El , the main directions of development.

Россия является страной, характеризующейся высоким туристско-рекреационным потенциалом. В то же время туристские потоки по-разному формируются в различных регионах России. Большая часть поездок в целях туризма приходится на Центральный, Северо-Западный и Уральский регионы.

Перспективным для развития туризма является Приволжский федеральный округ, где особое место занимает Республика Марий Эл, обладающая значительным природным и историко-культурным потенциалом. Особенностью региона является и то, что марийцы – один из немногих народов Европы, в живом бытовании сохранивших язычество и связанные с ним культовые объекты.

По состоянию на январь 2015 года природно-заповедный фонд Республики Марий Эл включает 55 особо охраняемых природных объектов, в том числе 2 федерального значения [4]. В республике разработаны и действуют более 40 туристических экологических маршрутов, из них 27 реализуются на территории национального парка «Марий Чодра». Среди предлагаемых потребителю экотуров можно выделить: конные, водные, пешные, автобусные и комбинированные экскурсии [3].

В области декоративно-прикладного творчества и художественных ремесел Республика Марий Эл также имеет огромный потенциал. Достаточно сказать, что в республике насчитывается около 2 тысяч мастеров, возрождающих народное творчество, функционируют исторически сложившиеся традиционные центры народных художественных ремесел и промыслов [2]. Говоря о культурно-историческом туризме, нельзя не упомянуть музейно-этнографического комплекс «Старинная усадьба» в деревне Шорунжа Моркинского района. Стоит отметить, что Моркинский район входит в число наиболее активных районов республики, уделяющих большое внимание развитию туризма и приему гостей.

В последнее время также развивается сельский туризм. Примером тому является агрокомплекс «Воскресенский», расположенный вблизи

хутора Воскресенский Волжского района Республики Марий Эл. Агрокомплекс предлагает для гостей интересные культурно-исторические объекты: крестьянский двор, представляющий собой настоящую русскую избу со всеми атрибутами жизни крестьян 18-19 веков.

Уровень развития туристской инфраструктуры является одним из самых важных факторов конкурентоспособности региональных туристских продуктов.

В Республике Марий Эл за последние несколько лет произошло количественное изменение предложения услуг по размещению туристов, что объясняется изменением структуры спроса на эти услуги. Но существующая инфраструктура туризма – гостиничное дело, транспорт и связь, сфера культурно-бытового обслуживания и досуга – не всегда удовлетворяет современным требованиям. Поэтому на их состояние необходимо обратить особое внимание.

Вместе с тем остаются нерешенными многие проблемы, сказывающиеся на развитии туризма и ограничивающие получение регионом выгод от туризма. Одним из таких препятствий является слабое развитие информационного обеспечения отрасли. С целью усиления данного звена создан и уже действует ТИЦ (туристско-информационный центр). Немаловажным элементом является маркетинговая деятельность в области формирования благоприятного имиджа региона для привлечения туристов. Данный факт подтверждает необходимость совершенствования действующих и разработки новых подходов к управлению сферой туризма.

С социальной точки зрения туризм оказывает сильное влияние на регионы. Это проявляется в том, что благодаря развитию туризма происходит увеличение денежного потока в регион, появляются новые рабочие места, увеличиваются налоговые сборы [1]. Вместе с тем успешное развитие туристской индустрии зависит от государственной политики в сфере туризма, создания единой стратегии развития отрасли, а также благоприятных условий по привлечению инвестиций и туристов.

Обладая многочисленными туристическими ресурсами, Республика Марий Эл имеет хорошие перспективы для развития отрасли в регионе.

Список литературы

1. Антонова Т. В. Проблема развития регионального туризма в современных условиях [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://mir.spbu.ru/index.php?option=com_k2&view=item&id=52:mns-15-5-01&Itemid=32, свободный (дата обращения 14.11.2015)
2. Васютин М. З. Культурно-познавательный туризм в Республике Марий Эл [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mincult12.ru/node/1552>, свободный (дата обращения 12.11.2015).

3. Пуртов А. П. О состоянии и перспективах развития сферы туризма в Республике Марий Эл [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mari-el.gov.ru/komtur/DocLib9/Доклад.doc>, свободный (дата обращения 15.11.2015).

4. Список особо охраняемых природных территорий Марий Эл [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>, свободный (дата обращения 12.11.2015).

УДК 331.108.26

Михеева О. С., преподаватель,
Торгово-технологический колледж,
г. Йошкар-Ола, Россия, olgaiv17@mail.ru

ПРОГРАММА ПРОДВИЖЕНИЯ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ МАРИЙ ЭЛ НА 2016 г.

Автором рассматриваются вопросы продвижения туризма. Продвижение – действенный инструмент в попытках туристского предприятия или региона донести информацию до своих клиентов, создать положительный имидж самого предприятия или региона, показать его общественную значимость. Поэтому эффективная деятельность по продвижению является важнейшим средством развития туризма в современном мире. Для успешного ведения туризма в регионе необходима разработка отдельной программы, направленной на продвижение.

Ключевые слова: продвижение, туризм, методы продвижения

PROGRAM OF PROMOTION OF DOMESTIC AND ENTRY TOURISM IN THE MARI EL REPUBLIC FOR 2016

The author discusses questions of promotion of tourism. Promotion is the most efficient tool in attempts of touristic enterprise or region to inform their clients, to produce affirmative image of enterprise or region, to demonstrate its social significance. Therefore affective activity of promotion is the most important mean of development of tourism in modern life. It is essential to elaborate individual program of promotion for successful running of tourism in region.

Keywords: promotion, tourism, methods of promotion

В современных условиях продвижение товара или услуг является фактором, оказывающим все возрастающее влияние на ход общественного воспроизводства. Расходы на продвижение увеличиваются опережающими темпами и становятся одним из центральных моментов стратегии предпринимательства.

Большинство государств мира, осознавая важность туризма для своих экономик, вкладывают значительные средства в продвижение национального туристского продукта с учетом специфики основных направляющих и принимающих рынков [2, с. 23].

Продвижение туристского продукта региона направлено на формирование его конкурентных преимуществ перед другими территориями, а также на улучшение его имиджа, повышение популярности и известности в глазах туристов [3, с. 57].

В рамках проведенного в процессе исследования анализа были рассмотрены методы и технологии продвижения туризма в следующих регионах: Республика Татарстан, Чувашская Республика, Нижегородская область. По итогам исследования можно выделить общие для данных регионов мероприятия, в то же время у каждого субъекта отмечаются особенные формы и методы использования собственных туристских возможностей и потенциала. Данные регионы придают большое значение этому вопросу и разрабатывают программы и стратегии продвижения туризма.

Изучение методов и технологий продвижения туризма в Республике Марий Эл показало, что в данном направлении проводится большое количество эффективных мероприятий, среди которых следует отметить:

- фестиваль-презентацию туристских ресурсов «Малые города России»;
- участие в Международной туристской выставке «Интурмаркет»;
- социальный проект «Достоиние республики доступно каждому»;
- создание путеводителя по г. Йошкар-Оле («Йошкар-Ола – чудесный город»);
- деятельность Туристско-информационного центра города Йошкар-Олы и др.

На основе результатов, полученных в ходе исследования, можно сделать вывод, что отдельной программы, направленной на продвижение туризма в нашей республике, нет. Предлагается следующая Программа продвижения внутреннего и въездного туризма в Республике Марий Эл на 2016 г.

**Программа продвижения внутреннего и въездного туризма
в Республике Марий Эл на 2016 г.**

	Направления программы
1	Рекламно-информационное продвижение территориального туристского продукта
2	Пропагандистское продвижение территориального туристского продукта Республики Марий Эл
3	Формирование централизованного регионального ресурса в сети Интернет о туристских возможностях Республики Марий Эл
4	Создание сети информационных центров для туристов в Республике Марий Эл

Список литературы

1. Республиканская целевая программа «Развитие туризма в Республике Марий Эл на 2011-2016 гг.».».
2. Блашенкова В. Бренд территорий: создание и продвижение. Как это делается в России: учебник. М., 2011. 300 с.
3. Макастрова Н. М. Как привлечь туристов и стать туристским брендом в России. 420 примеров и профессиональных советов: учебник. М.: Форум, 2011. 400 с.

УДК 338.48 (075.8)

Шабалина С. А.,
канд. геогр. наук, доцент кафедры сервиса и туризма,
Казанский (Приволжский) федеральный университет,
г. Казань, Россия, sshabali@kpfu.ru

ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ НА ТЕРРИТОРИИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

Территория Республики Татарстан обладает выгодным туристско-географическим положением, разнообразными природными ресурсами и рекреационным потенциалом, историко-культурным наследием и имеет хорошие перспективы для развития как туристического региона. В связи с этими обстоятельствами в регионе имеются широкие возможности для развития и сочетания различных видов туризма в форме кластерных образований.

Ключевые слова: регион, туристские ресурсы, туристский кластер, туризм

CONTEXT OF FORMATION AND DEVELOPMENT TOURIST CLUSTER ON TERRITORY REPUBLIC OF TATARSTAN

Using a method of a component analysis the most significant indexes for differentiation of territory of Republic Tatarstan with the purposes of recreation and tourism were detected. Five maps – models were constructed and by their superposition the integrated map of a recreational potential of Tatar Republic was obtained and the attractive areas for rest and tourism were detected.

Keywords: region, tourist resources, tourist cluster, tourism,

Перспективным направлением экономического развития региона является разработка и осуществление программы развития туризма в республике. Она должна содержать конкретные маркетинговые про-

граммы, в основе которых находится туристский спрос, причем не только нашего «внутреннего» туриста, но и туриста зарубежного, который может выбирать отдых исходя из своих интересов, своих потребностей, в любой точке мира. На основе изучения туристских потребностей и предпочтений и следует разработать интересные предложения и даже комплекс необходимых туристских услуг в нашей республике [1, с.102].

Рассмотрим состояние туристской отрасли в Республике Татарстан на данном этапе.

Деловой туризм отличает всепогодность, прогнозируемость поездок, независимость от природно-климатических факторов, ориентированность на наличие инфраструктуры, причем специфической (деловые и научные центры, выставочные залы и подобного рода объекты).

В Республике Татарстан объектами бизнес-туризма являются международные, общероссийские и региональные выставки, ярмарки, семинары, конференции, организуемые на базе ОАО «Казанская ярмарка», НКЦ «Казань», Торгово-промышленной палаты и др. Практически все объекты сконцентрированы в крупнейших городах республики (Казань, Набережные Челны, Нижнекамск, Альметьевск). Отметим, что в данный период развитие делового туризма (и не только его) в Республике Татарстан сдерживается многими «узкими местами» и нерешенными проблемами.

На сегодняшний день очень ограничена типология объектов туристского обслуживания. Отсутствуют многофункциональные комплексы, музеи-гостиницы, мотели на основных въездах в крупные города республики, клубные гостиницы, где размещается клиентура с определенными общими интересами (бизнес, спорт, культура, живопись, кулинария, косметология и т.п.).

На втором месте (по количеству приезжающих) находится та часть туристов, которые посещают республику с целью *отдыха и развлечения*. Особенностью этого направления является их региональный характер. Обмен туристами происходит между соседними регионами, и Татарстан имеет весьма благоприятные факторы и возможности для его развития. В последнее время в республике и ее столице много внимания уделяется строительству и реконструкции спортивных сооружений, реставрации объектов культуры, создаются различные центры для развития экскурсионного, познавательного и культурно-развлекательного видов туризма.

Однако при всех имеющихся предпосылках в республике еще недостаточно возможностей для организации семейного и детского туризма и разнообразных культурных туристских программ. Туристам интересен не только показ исторического или культурного объекта, но и

его красочное представление, для которого специально создаются мифы, легенды, пишутся сценарии, разыгрываются театрализованные представления, в которые вовлекаются и зрители. Необходима глубокая межотраслевая проработка данных вопросов при формировании туристских объектов и туров, в том числе для иностранных туристов.

Особое место занимает *паломнический туризм*. Республика является поликонфессиональным регионом, где встречаются две самые распространенные религии мира – христианство и ислам. Несмотря на огромное количество сооружений религиозного назначения (около 350 строений), размещены они крайне неравномерно. Наибольшее их количество сосредоточено в Казани и в Зеленодольском, Верхнеуслонском и Чистопольском районах. Несмотря на достаточное количество ресурсов, развитие данного вида туризма находится в стадии формирования [4, с. 103-105].

Для полноценного и всестороннего развития туризма необходимо формирование системы туристских зон и центров республики, связанных с ними туристских маршрутов (международных, федеральных, межрегиональных, республиканских, местных), ориентированных на разные категории туристов, обеспечивающих полный комплекс услуг, включая проживание (гостиничные комплексы, отели, мотели, турбазы, приюты и т.д.), обслуживание (питание, торговля, в т.ч. сувенирами, бытовые, транспортные, справочно-информационные услуги, здравоохранение, обеспечение безопасности и т.д.), посещение объектов показа (экскурсионное обслуживание), развлечения (по интересам), а также соответствующую инфраструктуру (дороги, вокзалы, порты, электро-, тепло-, водо- и газоснабжение, связь и т.д.).

В формировании кластера в качестве районообразующих признаков наиболее часто используют следующие:

- структура туристских функций в зависимости от преобладающего использования рекреационных ресурсов (лечебная, туристическая, спортивная и др.);
- степень туристской освоенности территории (развитый, средне- и слабообразованный районы);
- степень открытости района;
- перспективность освоения [2, с. 47].

Степень рекреационной освоенности оценивается конкретной величиной – абсолютной освоенностью территории, равной отношению суммарного числа мест в рекреационных учреждениях района к его площади (в тыс. кв. км).

Степень открытости района зависит от того, кто преобладает в учреждениях отдыха – местные или приезжие рекреанты.

Перспективность района для развития туризма зависит от множества внутренних и внешних факторов: безопасности, уровня развития инфраструктуры, известности на отечественном и мировом туристском рынке и т. д. [6, с. 68].

Каждый районообразующий признак отражает лишь частности, обуславливающие развитие туризма в том или ином регионе. Например, распределение природных рекреационных ресурсов по степени благоприятности их для организации рекреационной деятельности. Вместе с тем для оценки современного состояния туризма и перспектив его развития требуется комплексный анализ рекреационного использования территории, что и составляет основу рекреационного районирования. При этом должны соблюдаться общегеографические принципы районирования: объективность, многоаспектность, иерархичность и конструктивность. Объективность означает, что районообразующие признаки должны отражать конкретные характеристики. Многоаспектность (комплексность оценки) обусловлена разнообразием видов туризма, входящих в туристскую отрасль. Иерархичность позволяет делить территорию на зоны, подзоны, районы и подрайоны, находящиеся в четкой взаимной связи и соподчинении [3, с. 99-102].

Туристские зоны и центры Республики Татарстан, имеющие международное и федеральное значение:

1. Казань и близлежащие республиканские туристские центры, расширяющие туристскую зону столицы республики:

- Зеленодольский район (Раифа, остров-град Свияжск);
- Верхнеуслонский район (Печищи, Медведково);
- Лаишевский район (пос. Лаишево, Державино, Никольское, Сокуры по долинам рек Волга и Кама);
- Пестречинский район (с. Пестрецы, Кокушкинский заказник);
- Арский район (г. Арск, с. Кырлай, с. Кошлауч, ботанические и зоологические комплексные памятники природы, озерная система).

2. Болгарская туристская зона, включая Болгарский государственный историко-архитектурный музей-заповедник, Спасский заказник, Куйбышевское водохранилище в пределах района, городище Сувар.

3. Елабужская туристская зона, включая территорию Елабужского государственного историко-архитектурного и художественного музея-заповедника, Национальный парк «Нижняя Кама», р. Кама и Тойма в пределах района.

4. Билярская туристская зона, включающая Билярский государственный историко-археологический музей-заповедник (в том числе «Святой ключ»).

5. Чистопольская туристская зона, включающая г. Чистополь, заказник «Чистые луга», р. Каму в пределах района, городища Жукотинского княжества Волжско-Камской Булгарии, с. Кутлушкино.

Туристские зоны и центры, имеющие республиканское значение:

Пригородные зоны городов Набережные Челны, Нижнекамск, Альметьевск, Лениногорск, Бугульма, Бавлы, Камское Устье, Тетюши, Кукмор, Верхний Услон (пристань Дачная).

Распределение различных туристических ресурсов по районам республики Татарстан неодинаково: к примеру, если запад, восток и юго-восток республики лидируют в сфере рекреационного и экологического туризма (в основном благодаря более развитой инфраструктуре, а не потенциалу), то север, центр и юг более привлекательны с точки зрения охотничьего и рыболовного туризма. Каждый регион республики требует отдельного рассмотрения и выявления его потенциала и специфики.

Актуальной представляется коммуникационная политика по обеспечению инвестиционной привлекательности, созданию региональной информационно-аналитической базы данных об объектах инвестиционной деятельности в сфере туризма, а также проведение ярмарок и выставок. При условии реализации таких программ на уровне городов и районов Татарстана туризм для многих территорий может стать одним из важнейших ресурсов развития экономики.

Список литературы

1. Мажар Л. Ю. Теоретические основы формирования территориальных туристско-рекреационных систем // География и туризм: сб. науч. тр. Пермь: Пермский ун-т, 2006. Вып. 2. С. 140-151.

2. Кропинова Е. Г., Митрофанова А. В. Регионально-географический подход к понятию «Туристско-рекреационный кластер» // Вестник Российского государственного университета им. И. Канта. Сер.: Естественные науки. 2009. № 1. С. 70-75.

3. Рекреационное районирование Республики Татарстан / В. П. Сидоров, В. А. Рубцов, С. А. Шабалина, Г. Н. Булатова // Вестник Удмуртского университета. Сер. Биология. Науки о Земле. 2014. Вып. 4. С. 99-106.

4. Культурно-исторический потенциал Республики Татарстан / В. П. Сидоров, В. А. Рубцов, С. А. Шабалина, Г. Н. Булатова // Вестник Удмуртского университета. Сер.: Биология. Науки о Земле. 2013. Вып. 4. С. 160-168.

5. Friedmann J., Wolf G. World city formation: an agenda for research and action // International Journal of Urban and Regional Research. 1982. № 3. P. 33-45.

Шабалина С. А.,
канд. геогр. наук, доцент кафедры сервиса и туризма, shabali@kpfu.ru;
Валитова А.,
студентка кафедры сервиса и туризма, albina-valitova@mail.ru
Казанский (Приволжский) федеральный университет,
г. Казань, Россия

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВОЗДУШНОГО СООБЩЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО АЭРОПОРТА «КАЗАНЬ» В ФОРМИРОВАНИИ ТУРИСТСКОГО ПОТОКА

Авторами предпринята попытка анализа деятельности международного аэропорта «Казань» и степени его участия в формировании туристского потока. Воздушное сообщение является неотъемлемой частью туристской индустрии. Очевидно, изучение географии полетов позволяет расширить и углубить процессы интеграции и выхода г. Казани на мировой туристский рынок

Ключевые слова: аэропорт, туристская индустрия, география полетов

PROSPECTS OF KAZAN INTERNATIONAL AIRPORT «KAZAN» AIR COMMUNICATIONS DEVELOPMENT IN THE TOURIST FLOWS FORMATION

The authors attempt to analyze the activity of the international airport «Kazan» and extent of its participation in the formation of the tourist flow. Air communication is an integral part of the tourist industry. Obviously, the studying of the flights geography allows to expand and deepen the integration process and the access to the world tourist market for the Kazan.

Keywords: airport, the tourist industry, the flights geography

В мире, где туризм развивается невероятно быстрыми темпами, воздушный транспорт обеспечивает необходимую транспортную доступность и выполняет связующую функцию между государствами, тем самым играя важную социально-экономическую роль. При выборе вида транспорта для путешествия число туристов, выбирающих авиатранспорт, значительно больше числа тех, кто выбирает железнодорожный транспорт или автобусы. По данному показателю авиаперевозки занимают лидирующее положение.

Для того чтобы «потеснить» железнодорожный транспорт и стать одним из самых популярных видов транспорта, авиации понадобилось всего шесть десятилетий. Самолеты – самый популярный вид транспор-

та в мире. Незаменим он и в авиаперевозках туристической отрасли, что вполне закономерно. Гражданская авиация продолжает развиваться невероятно быстрыми темпами. Из всех видов транспорта самолет – средство передвижения, позволяющее существенно сэкономить время и преодолеть огромные расстояния.

Международный аэропорт «Казань» – один из крупнейших аэропортов России, лучший региональный аэропорт России и стран СНГ, по версии SkyTrax. По рейтингу агентства «Авиапорт» он признан лучшим аэропортом России [1].

Маршрутная карта насчитывает более 55 региональных и международных рейсов. Порт связан воздушными линиями с Уралом, Поволжьем, Сибирью, Крымом, центральными районами России и является транзитным на внутренних воздушных линиях, а также международным, осуществляя перевозки пассажиров и грузов по направлениям: Турция, страны Ближнего Востока, Германия и др.

Аэропорт «Казань» расположен в 28 км юго-восточнее центра столицы Татарстана. Режим работы – круглосуточный. Имеет две искусственные взлетно-посадочные полосы (ИВПП). Аэровокзальный комплекс состоит из трех терминалов: 1, 1А и 2.

Международный аэропорт «Казань» является базовым для компаний: Ак Барс Аэро (Ak Bars Aero), Казанское авиапредприятие (Kazan Air Enterprise), Тулпар Эйр (Tulpar Air).

По итогам 2014 года Международный аэропорт «Казань» обслужил 1942408 пассажиров, что превышает показатель 2013 года на 5,2 % [2]. Аэропорт отмечен многими международными наградами, в 2013 году он стал членом организации ACI Europe [3].

В 2015 году аэропорт «Казань» во второй раз был признан «Лучшим региональным аэропортом России и стран СНГ», а также получил 4 звезды по версии SkyTrax [1].

Это первый аэропорт в России, удостоившийся статуса четырёх звезд. Получение четырехзвездочного статуса поставило аэропорт «Казань» на один уровень с такими аэропортами, как международный аэропорт Абу-Даби, лондонский аэропорт Хитроу, амстердамский аэропорт Схипхол, аэропорты Копенгагена и Цюриха и другие. При этом 5 звезд имеют лишь 4 воздушные гавани в мире.

Всего за несколько лет Международный аэропорт «Казань» стал лучшим региональным аэропортом России. Этот успех обусловлен первоклассным уровнем сервиса, обеспечиваемым профессионализмом сотрудников и высокотехнологичным оборудованием. Особо можно отметить качество работы службы организации перевозок, наиболее эффективно реализующей трансферные возможности воздушной гавани.

ни. На сегодняшний день аэропортовый комплекс «Казань» обеспечен достаточно разветвленной и высокотехнологичной сетью транспортных коммуникаций Республики Татарстан. Аэропорт «Казань» имеет огромный потенциал для развития. Столица Татарстана является местом проведения многих крупных мероприятий, таких как Всемирные студенческие игры в 2013 году, Чемпионат мира по водным видам спорта в 2015 году и других. Проведение большого количества крупных мероприятий запланировано и на ближайшее будущее. Это, безусловно, служит поводом для посещения города большим количеством туристов со всего мира. Именно поэтому важно и дальше развивать возможности аэропорта, который является ключевым транспортным узлом на период проведения мероприятий.

Список литературы

1. <http://www.kazan.aero/>
2. <http://www.aerohelp.ru/>
3. <http://www.aviaport.ru/>

УДК 379.85

Чех П. Н., магистрант,
Высшая школа экономики и управления
Северного (Арктического) федерального университета им. М. В. Ломоносова,
г. Архангельск, Россия, polina.chex@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ ТУРПРОДУКТА ДЛЯ ТУРИСТОВ СЕВЕРНОЙ ЕВРОПЫ

Статья посвящена проблеме разработки турпродукта. Как отмечает автор, туризм является таким видом деятельности, который различными способами воздействует на общество и оказывает существенное влияние на социальную, культурную и экономическую сферу жизни каждого государства и отдельного региона. Международный туризм выступает в тесной взаимосвязи с туризмом региональным.

Ключевые слова: туристский продукт, социально-экономическое развитие, Северная Европа, развитие въездного туризма.

DEVELOPMENT FEATURES OF TOURISM PRODUCT FOR TOURISTS FROM NORTHERN EUROPE

The article is devoted to the development of tourism products. As the author notes, tourism is such an activity that in various ways affects the society and has a signifi-

cant impact on the social, cultural and economic spheres of life of each individual state and the region. International tourism acts in close relationship with the regional tourism.

Keywords: tourist product, the socio-economic development, Northern Europe, the development of tourism.

Современный международный туризм – одна из наиболее динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства. В современном мире туризм рассматривается как один из факторов социально-экономического развития страны в целом и одним из существенных факторов развития ее регионов. Развитие туристской отрасли позволит диверсифицировать источники доходов регионального бюджета, что в совокупности с другими его источниками может стать фактором синергетического эффекта социально-экономического развития отдельной территории [1, с. 34].

Основной целью туристской индустрии Архангельской области является «увеличение внутреннего и въездного туристских потоков в Архангельскую область и обеспечение повышения вклада туризма в социально-экономическое развитие области» [2].

Особое значение для Архангельской области имеет сотрудничество в сфере туризма со странами Баренцева Евро-Арктического региона как потенциальными источниками туристских потоков.

Основу для развития въездного туризма из Северной Европы в Архангельскую область определяют:

- активное межгосударственное сотрудничество между самыми северными регионами Финляндии, Швеции, Норвегии и России;
- существующий интенсивный культурный обмен;
- географическая близость;
- благоприятные политические условия;
- родство культур;
- наличие устойчивых партнерских связей между туроператорами, турагентствами Архангельской области и компаниями Северной Европы;
- успешный опыт организации туристических программ для туристов из Северной Европы (в частности, круизный туризм).

В этой связи в сотрудничестве со странами Северной Европы видится не только наше естественное преимущество, вызванное географическим соседством, но и важнейший фактор устойчивого развития въездного туризма Архангельской области, потенциал которого далеко не исчерпан.

Однако разработка туристского продукта, отвечающего запросам иностранных туристов, требует детального изучения и выявления особенностей его формирования.

При создании конкурентоспособного туристского продукта необходимо выяснить, что может заинтересовать, а в дальнейшем будет востребовано иностранным туристом с учетом национальных особенностей. Для проведения данного анализа был использован метод анкетирования.

Основная цель анкетирования – выявление туристических предпочтений представителей Северной Европы в отношении выездного туризма. В анкетировании приняли участие 107 респондентов из стран Северной Европы, в частности Финляндии, Швеции и Норвегии.

Получены следующие результаты анкетирования: выявлена целевая группа экономически активных молодых туристов в возрасте 25-44 лет; Архангельская область в целом выступает привлекательной туристской дестинацией для туристов Северной Европы; основные критерии выбора тура – комфортабельность размещения и новизна впечатлений.

Наиболее популярны туры с экологической направленностью, круизные туры и маршруты с возможностью активного отдыха. Традиционный способ приобретения туруслуг – туроператор/ турагент. Приемлемая стоимость тура для туристов из Северной Европы составляет 40 тыс. руб.

Кроме результатов анкетирования, необходимо учесть национальные особенности респондентов.

В связи с этим был проведен анализ, позволяющий разработать программу того или иного туристского продукта с полным соответствием привычному укладу жизни туриста и правил поведения в целом.

Национальные особенности туристов Северной Европы находят отражение в детальном планировании дня, пунктуальности, обязательном страховании на период путешествия, требованию к максимально комфортным условиям размещения, а также совмещению активного отдыха с культурно-познавательным. Кроме того, важно учесть и особенности национальной кухни.

Более детальная информация представлена в таблице.

Национальные особенности туристов Северной Европы

Критерий	Норвежцы	Финны	Шведы
Питание	Завтрак – главный прием пищи. Основа рациона – рыбные блюда с овощным гарниром. Кофе.	Блюда из картофеля, рыбы, мяса диких животных. Кофе. Суп – по особым событиям.	Использование большого количества сахара в блюдах. Морепродукты, изобилие выпечки.
Размещение	Большое внимание к получению максимально комфортных условий размещения		

Критерий	Норвежцы	Финны	Шведы
Распорядок дня	Время – основной ресурс. Детальное планирование дня. Пунктуальность.		
Безопасность	Основной критерий выбора тура. Обязательное страхование.		
Особенности менталитета	Дружелюбие, прямота, здоровый и активный образ жизни.	Размеренный темп жизни, сдержанность, любовь к спорту.	Порядок, умеренность во всем, бережное отношение к природе
Прочие требования	Совмещение активного отдыха с культурно-познавательным. Предпочтительна практическая вовлеченность, нежели теоретические экскурсии.		

Таким образом, проведенный анализ позволит туроператорам и турагентам Архангельской области разработать новый или адаптировать существующий турпродукт, полностью отвечающий запросам иностранных туристов, что обеспечит увеличение доли въездного туризма Архангельской области, выход на новые рынки международного туризма, в частности Северной Европы. Туризм – новый фактор социально-экономического регионального развития, именно поэтому анализ и разработка турпродуктов, увеличение числа туристов и расширение спектра туристских услуг становится неотъемлемой частью любого современного региона страны.

Список литературы

1. Фролова Т. А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций / Т. А. Фролова. Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010. 74 с.
2. Туризм в Архангельской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pomorland.travel/> (дата обращения 01.10.15).

УДК 796.5

Фирсова А. В.,
канд. геогр. наук, доцент кафедры туризма;
Никитина Ж. Е., магистрант,
Пермский государственный национальный исследовательский университет
г. Пермь, Россия

ТУРИСТСКИЙ РАЙОН «ЛАРМА»: ОЦЕНКА РЕСУРСОВ И ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ

Коми-Пермяцкий округ – уникальная в туристском отношении территория. Он обладает значительным этнокультурным ресурсом, который не только сохраняя-

ется в музеях и клубах, но и бытует в повседневной жизни. Однако туризм в районе развивается медленно. В статье предпринята оценка туристских ресурсов и выявлены районы, перспективные для развития этнокультурного туризма.

Ключевые слова: Коми-Пермяцкий округ, этнокультурный туризм, культурное наследие, туристский потенциал, оценка туристских ресурсов.

THE TOURIST AREA «PARMA»: ASSEMENT AND PROSPECTS

Komi-Perm district – a unique tourist area. District has ethno cultural resources, which are not only preserved in museums, but also living in everyday life. However, tourism in the region is developing slowly. The article makes an assessment of tourist resources and identified areas prospective for the development of ethno-cultural tourism.

Keywords: the Permian Komi District, ethno-cultural tourism, cultural heritage, tourism potential, assessment of tourist resources.

Коми-Пермяцкий округ обладает достаточными природными и историко-культурными ресурсами, которые в настоящий момент используются недостаточно полно, особенно ресурсы этнокультурные. Тем не менее туристы, отправляясь на северо-запад Пермского края, ожидают увидеть именно этнографический колорит территории. В настоящей статье мы проведем обзор и оценку туристских ресурсов Коми-Пермяцкого округа, территории, которая в работах по туристскому районированию получила название «Парма» [1]. На основании проведенной оценки обозначим муниципальные районы, перспективные для развития этнокультурного туризма.

Коми-Пермяцкий округ, или Парма – так называют свою родину коми-пермяки – представители финно-угорской группы древнего уральского народа, расположен в пределах Русской равнины и в Предуралье. На севере округ граничит с Республикой Коми, на западе – с Кировской областью, на востоке и юге – с районами Пермского края. Территория округа составляет 32,9 тыс. км², его протяженность с севера на юг – 280 км, с запада на восток – 180 км [4]. Туристско-рекреационная территория «Парма» располагается в пределах шести районов: Кудымкарского, Косинского, Кочевского, Юрлинского, Юсьвинского и Гайнского. Расстояние от Кудымкара до краевого центра Перми, где находится ближайший международный аэропорт, – 210 км, до ближайшей железнодорожной станции Менделеево – 104 км. В то же время в масштабах области экономико-географическое положение района (ЭГП) недостаточно выгодно. Он удален от наиболее развитых в экономическом отношении территорий Прикамья, его не пересекает ни одна из транзитных магистралей, связывающих Западный Урал с другими регионами. ЭГП может измениться в

лучшую сторону со строительством автодороги Кудымкар-Сыктывкар и железнодорожной магистрали «Белкомур» [8, с. 344].

Сложны исторические пути развития этого края и населяющего его коми-пермяцкого народа. Предки финно-угорских народов поселились здесь в периода неолита (IV тыс. до н.э.). Процесс складывания коми-пермяков в единое этническое образование начинается с V в. н. э. Многочисленные археологические памятники округа относятся к ломоватовской (VI – VIII вв.) и родановской (IX – XIV вв.) культурам. О здешних местах упоминают норвежские саги, повествующие о существовании в бассейне Северной Двины и Верхней Камы своеобразной культуры Биармии. К XIV – XV вв. здесь сложилось пермяцкое княжество – Пермь Великая, где сошлись три древних водно-волоковых пути, являющиеся частью великих торговых путей древности [7]. С XI в. коми-пермяцкий народ встречается с первыми представителями русского народа – новгородскими ушкуйниками, а в середине XV в. здесь появляются первые военные отряды, промышленники и торговые люди Московской Руси. В 1472 г. княжество Пермь Великая становится частью Российского государства. В XVII в. почти половина территории Перми Великой входит в обширную Строгановскую вотчину, распространяющуюся на среднюю часть р. Камы с притоками – реками Яйва, Косьва, Чусовая, Иньва, Обва. В эти годы шел процесс закрепощения коми-пермяцкого и русского населения, который окончательно завершился к началу XVIII в. [2]. В настоящее время на территории Коми-Пермяцкого округа живут коми-пермяки, русские, татары, украинцы, белорусы, удмурты и другие народы. Коми-пермяки составляют более 60% населения. Численность населения по данным Всероссийской переписи населения 2010 г., 116 177 чел. Сейчас коми-пермяки живут в основном компактно на юге округа, в бассейне Иньвы и несколько разпыленными группами – на севере. Второй по численности народ – русские, живут в основном в Юрлинском, Юсьвинском, Гайнском и Кудымкарском районах.

Туристский район «Парма» – это глубинка России с хорошей сохранностью традиционной культуры, как коми-пермяцкой, так и русской. Это территория, где культуры взаимодействуют и проникают друг в друга, происходит контаминация древних языческих представлений и христианских традиций. Коми-пермяки подарили миру языческие символы Пермского звериного стиля, своеобразные орнаменты бытовой утвари и домотканой одежды. В строгановских мастерских на территории «Пармы» создавалась культовая деревянная скульптура – «пермские боги». Здесь сохранились представления о чудском народе – дои-

сторических жителей Приуралья, которые сегодня стали сюжетом фестиваля «Чудный карнавал». Древние языческие культы соединились с православным календарем в праздниках «Быкобой» и «Турун вежан лун» (Праздник смены травы). В настоящее время на территории округа функционирует 58 фольклорных и этнографических коллективов [3]. В центрах народных ремесел развивают такие направления как художественная резьба по дереву, обработка бересты, роспись по дереву, создание текстильных кукол, бисероплетение, ткачество, вышивание, лоскутная мозаика. Множество рецептов национальной кухни, основу которой составляют зерновые и травяные культуры, дары леса, дичь, рыба, бытуют среди населения и используются технологами предприятий питания, ориентированных на коми-пермяцкую и европейскую кухню. Известна плеяда коми-пермяцких писателей, которые на протяжении XX в. интерпретируют в своем творчестве сюжеты коми-пермяцкого фольклора: А. Н. Зубов – поэт, знаток и собиратель национального фольклора, М. П. Лихачев – первый романист, литературный переводчик. С именами Н. В. Попова и С. И. Караваева связан послевоенный этап развития литературы. В. В. Климов – поэт, прозаик и фольклорист, Н. Курторг – современная детская писательница.

Широко развита в округе музейная сеть, которая объединяет более 30 музеев [5]. Среди них следует выделить Коми-Пермяцкий краеведческий музей им. Субботина-Пермяка, Гайнский краеведческий музей А.Я. Сазонова, Музей деревянной скульптуры в Пармайлово, Кочевский музей этнографии и быта, Юрлинский историко-краеведческий музей, Коми-Пермяцкий музей этнографии и быта в Юсьве, а также дом-музей П. И. Субботина-Пермяка.

Гордостью округа является Государственный Коми-Пермяцкий окружной ордена «Знак Почета» драматический театр им. М. Горького. Играя спектакли на коми-пермяцком и русском языках, театр строит свой репертуар на лучших произведениях мировой драматургии. Многие постановки театра были отмечены как уникальные театральные работы в области национального театра.

Традиционное коми-пермяцкое культурное наследие во всех его проявлениях – материальном и духовном (ремесленном, обрядовом, фольклорном, литературном, театральном, фестивальном) необходимо изучать и позиционировать как значимый туристский потенциал и ресурс территории. Туристским потенциалом территории именуется совокупность приуроченных к ней природных и рукотворных тел и явлений, а также условий, возможностей и средств, пригодных для формирования туристского продукта и осуществления соответствующих туров,

экскурсий, программ. Понятие «туристский потенциал» по отношению к понятию «туристский ресурс» выступает как более широкое, в некотором смысле как собирательное [9, с. 34]. Выявление имеющегося туристского потенциала является далеко не самой сложной задачей, так как в настоящее время практически для любой староосвоенной территории имеются своды памятников истории и культуры, природных охраняемых объектов, подробные сведения об объектах социально-культурной сферы – музеях, гостиницах, ресторанах, санаториях, базах отдыха и т.д. Более сложным аспектом является оценка имеющегося туристского потенциала. Она должна учитывать целый ряд параметров, а именно: уникальность имеющихся объектов; различия в доступности объектов; различия в плотности размещения объектов в пределах региона; разнообразие и комплексность объектов; физическое состояние, сохранность.

Изучение методик оценки туристского потенциала территорий, представленных в работах Е. Ю. Колбовского, Ю. А. Худеньких, П. С. Ширинкина, позволило разработать методику оценки туристского потенциала региона. За основу была взята методика интегральной оценки туристско-рекреационного потенциала территории Ю. А. Худеньких [6]. Она будет спроецирована на туристский район «Парма». Отличительной особенностью нашей методики является то, что *при оценке туристских ресурсов добавлен особый «этнокультурный» балл тем объектам и явлениям, что имеют этнокультурную направленность*. Транспортная удаленность от краевого центра Перми не будет учитываться нами, т.к. мы предполагаем приток туристов из разных территорий.

Оценку потенциала территории проведем по трем компонентам: природному, историко-культурному и социально-экономическому. Каждому муниципальному району и Кудымкарскому городскому округу выставим баллы и выявим районы с наиболее перспективным туристским потенциалом.

Природно-ресурсный и историко-культурный компонент оцениваются по следующим критериям:

- ✓ природные памятники и заповедные территории;
- ✓ памятники археологии, истории и архитектуры;
- ✓ наличие в районе центров развития прикладного искусства;
- ✓ музеи округа, а также театр;
- ✓ фольклорные и этнографические коллективы округа.

Социально-экономический компонент включает в себя специальную туристскую инфраструктуру, он будет оцениваться по следующим критериям:

- ✓ количество средств размещения (гостиницы, детские лагеря отдыха, базы);
- ✓ наличие пунктов питания;
- ✓ наличие предприятий досуга.

Оценка будет производиться по балльной шкале. Расчет баллов проводится по каждому компоненту. При расчете природного компонента объектам будут выставлены следующие баллы: (1) – памятник местного значения; (2) – памятник регионального значения; (3) – памятник федерального значения. Баллы за центры прикладного искусства будут измеряться количественно: (1) – от 1 до 4 мастеров; (2) – от 5 до 10 мастеров; (3) – от 10 мастеров и выше. По одному баллу получают районы округа за каждый проводимый фестиваль или праздник. Дополнительный балл добавлен за фестиваль этнографической тематики. В таблице представлена оценка туристских ресурсов муниципальных районов по данной методике.

В соответствии с данными таблицы наибольшее количество баллов набрали Кудымкарский городской округ (32), Кудымкарский район (26), Юсьвинский район (20) и Кочевский район (19). Кудымкар привлекателен тем, что является столицей Коми-Пермяцкого округа, а также имеет удобное транспортное положение, он наиболее близок к краевой столице. В городе возможно развитие культурно-познавательного и этнографического туризма. Кудымкарский муниципальный район богат природными памятниками, а также на 84 % заселен коми-пермяками, носителями южного диалекта родного языка. Здесь сконцентрировано множество самобытных сел, где сохраняется национальная культура: Белоево, Верх-Иньва, Верх-Юсьва, Ёгва, Кува, Ошиб, Пешнигорт, Полва.

В Кочевском районе существует множество видовых точек для созерцания Пармы – бескрайней холмисто-увалистой равнины, покрытой лесом до линии горизонта. Крупные населенные пункты – Мараты, Усть-Силайка, Большая Коча, Пельым. Здесь расположен известный парк деревянной скульптуры в д. Пармайлово. В Кочеве проходят национальные обрядовые праздники «Быкобой» и «Турун вежан лун».

В Юсьвинском районе преобладает русское население, район интересен как полигон изучения связей традиционной русской и коми-пермяцкой культур. В период 2006-2014 гг. здесь был проведен ряд фольклорных и этнографических экспедиций. Юсьвинский район ближе всего расположен к Березниковско-Соликамской промышленной агломерации, связь с которой осуществляется по автодороге Кудымкар-Березники. Район имеет выход к Камскому судоходному пути, по берегам Камского водохранилища стоят старинные горнозаводские поселения – Пожва и Майкор – в прошлом железоделательные заводы князей Всеволожских.

Балльная оценка ресурсов туристского района «Парма»

Памятники природы	Памятники истории, археологии, архитектуры	Центры народных промыслов	Музеи, театры	Фестивали, праздники	Средства размещения	Пункты питания
1	2	3	4	5	6	7
Кудымкар (32 балла)						
Городской парк им. И. Я. Кривошекова (1)	Городище Изьюр (3). Никольский храм (2). Здание строгановской конторы (2)	Краевой центр национальных культур (3). Парк развлечений «Сказка» (1)	Краеведческий музей им. П.И. Субботина-Пермяка (3). Мемориальный Дом-музей художника (3). Драматический театр им. Горького (3)	«Чудный карнавал» (2)	Гостиница «Парма» (2). ТПК «Мирный» (1)	Кафе «Блюз» (2) Кафе «Пермяк» (2) Кафе «Янтарь» (2)
Кудымкарский район (26 баллов)						
Кувинский бор (2). Ландшафтный памятник природы «Крот» (2). «Буждомский ельник» (2). Парк в с. Пешнигорт (1). Парк в с. Кува (1). Сосновый бор «Красный яр» с. Ленинск (1). «Березовая роща» в пос. Березовка (1)	Храм в Ёгве (1). Заводоуправления Строгановых в Куве (1). Храм в Верх-Иньве (1). Храм в Пешнигорте (1). Храм в Верх-Юсьве (1). Храм в с. Белово (7). Храм в п. Березовка (1)	Народные мастера (2) Народный ансамбль в Пешнигорте (2)	—	«Ай да рыжик!» (2)	Детский лагерь им. Ю.А. Гагарина (1). База зимних развлечений, с. Белово (1)	Столовая, с.Белово (1)

1	2	3	4	5	6	7
Юсьвинский район (20 баллов)						
—	Чудское городище в д. Дойкар (2). Троицкий храм в Пожве (2). Усадьба князя Львова (2). Храм в с. Архгельское (1). Храм в с. Юсьва (1)	Народный ансамбль в с. Пожва (2). Народные мастера (3)	Музей этнографии в Юсьве (2). Краеведческий музей в Майкоре (1). Музей при Пожевском заводе (1)	Праздник «Зажинки» (2)	—	Столовая в п. Юсьва (1)
Юрлинский район (12 баллов)						
—	Земская больница (1). Юрлинское училище (1). Храм в Юрле (1)	Народные мастера (3)	Историко-краеведческий музей (2)	С/х ярмарка «Русский остров» (1)	Домик охотника, минизоопарк (2)	Кафе «Люкс», п. Юрла (1)
Кочевский район (19 баллов)						
Кедровник Маратовский (1). Кедровник Онолвинский (1)	Городище Курэгкар (2). Храм в с. Кочеве (1)	Народные мастера (2). Этнографический ансамбль д. Кукушка (2)	Музей этнографии и быта (2). Парк деревянной скульптуры в д. Пармайлово (2)	Обрядовые праздники: «Быкбой» (2). «Турун вежан лун» (2)	—	Кафе «Алекс» (1)
Косинский район (12 баллов)						
Гнилухинский липняк (1). Лельский бор (1). Селищанское болото (2)	Храм в с. Коса (1). Место приземления «Восход-2» (1). Храм в с. Бачманово (1). Храм в д. Подьячево и д. Порошево (2)	Народные мастера (3)				

1	2	3	4	5	6	7
Гайнский район (14 баллов)						
Оз. Адово (1) Большое камское болото (1) Оз. Нахты (1) Ур. Лева-ты-Нечаты (1) Веслян-ский бор-верещат-ник (1)	Храм в д. Мона-стырь (2) Храм в д. Васькино (1) Храм в п. Гайны (1)	Народные мастера (2)	Краеведче-ский музей им. Сазо-нова (2)			Столовая Гайнское РАЙПО (1)

Минимальное количество баллов набрали Гайнский (14), Косинский (13) и Юрлинский (12) районы. Это связано, прежде всего, с их удаленностью и труднодоступностью, также низкими социально-экономическими показателями. В Гайнском районе возможно развитие этнографического туризма по следам Перы-Богатыря, активного туризма – сплавы по р. Весляна и промыслового – походов за грибами и ягодами. Главная проблема Косинского района – удаленность от главной транспортной магистрали округа и его малоизвестность. Когда-то через центр района – село Коса проходила «государева дорога» в Сибирь. Сегодня этот район удален от наиболее развитых в экономическом отношении территорий Прикамья, малозаселен. В Косинском районе возможно развитие промыслово-заготовительного туризма, район изобилует болотами, где растут дикоросы. Юрлинский район расположен в центре округа, выделяется абсолютным преобладанием в населении русских, которые по притокам Косы Юму и Лопве появились здесь в конце XVII в. Район богат мастерами народных промыслов. Эти районы могут быть интересны для жителей Кудымкара, а также Соликамско-Березниковского промышленного узла, при условии благоустройства автомобильной дороги Усолье – Коса, а в случае открытия автомобильной трассы Гайны – Сыктывкар – для жителей Республики Коми.

Проведенная оценка позволяет сделать выводы: в настоящее время перспективными для развития этнокультурного туризма, построенного на презентации культурного наследия коми-пермяцкого народа, являются Кудымкар, Кудымкарский муниципальный и Кочевский муниципальный районы. Традиционная коми-пермяцкая культура здесь не только сохраняется в музеях, но и бытует. Она присутствует в повседневной кухне, в системе представлений и календарных праздниках, в

живых жанрах фольклора (пословицах, поговорках, сказках, потешках, загадках), в репертуаре местного театра идут спектакли по произведениям В.В. Климова «Соя-вона» («Брат и сестра»), «Гузи да Мези» (по мотивам пермяцких бывальщин). В Коми-пермяцком краеведческом музее разработаны игровые тематические экскурсии, посвященные традиционному быту, промыслам и праздникам народа. Благодаря наличию и концентрации этнокультурных ресурсов в этих районах туристский район «Парма» становится узнаваемым, приобретает свою туристскую специализацию и занимает особое место в региональном проекте «Пермь Великая». При условии активного включения этнокультурных ресурсов (мифологии, обрядов, примет, мастер-классов по приготовлению блюд национальной кухни, элементов костюма и бытовых предметов) в туристские продукты (экскурсии, фестивали, туры выходного дня, гастрономические туры), приток туристов в Коми-Пермяцкий округ возможен со стороны Сыктывкара, Кирова, Березников, Соликамска, Усолья, Перми. Не исключено также развитие локальных микро-маршрутов из малочисленных населенных пунктов, находящихся недалеко от границ округа – Бондюг, Керчевский, Березовка, Лесной, Афанасьев, Ильинский, Зюкайка, Карагай.

Список литературы

1. Зырянов А. И. Туристская география Пермского края: учеб. пособие / А. И. Зырянов; Перм. ун-т. Пермь, 2005. 128 с
2. Коми-Пермяцкий национальный округ / под ред. акад. А. А. Григорьева. Л.: Изд-во АН СССР, 1948.
3. Культура регионов России. URL: <http://www.culturemap.ru/?region=150> (дата обращения: 06.07.2015).
4. Коми-Пермяцкий краеведческий музей им. П. И. Субботина-Пермяка. URL: <http://www.subbotin-permyak.com/index.php?id=39&L=1> (дата обращения: 20.06.2015).
5. Министерство по делам Коми-Пермяцкого округа Пермского края. URL: <http://www.minkro.permkrai.ru/> (дата обращения: 07.07.2015).
6. Худеньких Ю. А. Пермский туризм: территориальная организация и региональное развитие / Перм. ун-т. Пермь, 2006. 191 с.
7. Чагин Г. Н. Из истории открытия в Перми Великой средневековых путей Востока и Запада // Вестник Пермского государственного университета. 2007. №3. С. 72.
8. Шарьгин М. Д. Города и районы Пермского края: монография / Перм. гос. нац. иссл. ун-т. Пермь, 2011. 401 с.
9. Ширилкин П. С. Туристское ресурсоведение: региональные аспекты (Пермский край): учебно-справочное пособие / П. С. Ширилкин. Пермь: Пресстайм, 2011.

УДК 504.05

Труфанова В. П., студентка, trufanovavictoriya@mail.ru;
Цой Д. И., студентка,
Институт сервиса, туризма и дизайна
Северо-Кавказского Федерального университета (филиал)
г. Пятигорск, Россия

ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ РЕГИОНА КАВКАЗСКИХ МИНЕРАЛЬНЫХ ВОД

Дана подробная характеристика экологического состояния региона Кавказских Минеральных Вод. Рассмотрено его влияние на развитие туризма в регионе.

Ключевые слова: экология, туризм, Кавказские Минеральные Воды, регион, природа, климат.

ECOLOGICAL STATE OF REGION CAUCASIAN MINERAL WATERS

The detailed characterization of the ecological state of the region Caucasian Mineral Waters. Consider its effect on the development of tourism in the region.

Keywords: ecology, tourism, Caucasian Mineral Waters, region, nature, climate.

Кавказские Минеральные Воды являются уникальным высокоспециализированным бальнеологическим курортным комплексом, действующим круглый год, сочетающим в себе туризм и отдых с лечебно-оздоровительной направленностью. Разнообразие минеральных источников, месторождения лечебной грязи составляют главное богатство курорта. Здесь распределено 130 месторождений минеральной воды различного газового и химического состава. Благоприятные биоклиматические условия КМВ используются для эффективности курортного лечения и оздоровления в процессе активного отдыха. Одним из факторов, воздействующих на развитие Кавказских Минеральных Вод, является экологический фактор, который составляет естественный базис природно-климатических условий. В настоящее время существуют противоречия между хозяйственной деятельностью и природной средой, что приводит к угрозе экологической безопасности региона.

Еще в XX веке на некоторых участках месторождений из-за загрязнения грунтовых вод продуктами жизнедеятельности произошло загрязнение минеральных вод. В результате этого несколько источников были закрыты. Даже сейчас происходят выбросы от стационарных источников загрязнения. Таких загрязнителей функционирует более 300, суммарный выброс которых составляет 18 тыс. т в год. При этом сте-

пень концентрации вредных веществ составляет не более 30 % от общего объема сбросов, а объем утилизации – не более 12 %. В реки и водоемы сбрасываются недостаточно очищенные хозяйственно-бытовые и промышленные сточные воды. Также без очистки и обеззараживания в реки попадают талые и ливневые воды городов и населенных пунктов. Режим водоохраных зон соблюдается в незначительной мере, что требует постоянного контроля за качеством водных объектов. Обнаруживается содержание кадмия, цинка, свинца, меди выше допустимых нормативных значений в реках Подкумок, Кума, Мокрый Карамык, Суркуль, Кура, Юца вблизи дорог с интенсивным движением и в местах ниже крупных населенных пунктов. Такая ситуация приводит к неспособности обеспечения на должном уровне очистки сточных вод, что ведет к значительному загрязнению водных бассейнов и прилегающих к ним территорий [1, с. 17-19].

С каждым днем загрязнение воздуха усиливается. Транспортный комплекс, представленный железнодорожным, автомобильным и воздушным транспортом, вносит основную долю выбросов вредных веществ в атмосферу, что негативно влияет на природное состояние среды курортов Кавказских Минеральных Вод. На каждый квадратный километр территории региона в год выбрасывается 150-200 кг загрязняющих веществ, их на одного жителя КМВ приходится около 30 кг [2, с. 46-49].

Не менее важную роль играет и загрязнение атмосферного воздуха летучими органическими соединениями, выделяемыми предприятиями, занимающимися добычей полезных ископаемых, и обрабатывающих производств. За последние несколько лет в регионе КМВ увеличиваются выбросы в атмосферу оксида азота, диоксида азота, диоксида серы и сероводорода, а также оксида углерода, пыли, фенола, сажи, формальдегида. Общая доля выбросов растет, что является источником низкого качества воздуха и одной из причин заболевания населения, роста заболеваемости органов дыхания и разрушения экосистем. Поэтому необходимо ужесточать природоохранный режим и внедрить стандарт качества для приземной атмосферы курортов.

Серьезной проблемой для Кавказских Минеральных Вод является сбор и утилизация отходов. В регионе ежегодно формируется около 850 тыс. м³ бытовых отходов. Из этого количества только 120 тыс. т идет на переработку, остальное вывозят на свалки, причем значительное количество отходов попадает на несанкционированные свалки. К немаловажным проблемам следует отнести несортированность мусора, его низкую теплотворность, высокую влажность, несоблюдение экологической безопасности складирования на полигоне и сжигание мусора. Для того, чтобы решить данные проблемы, необходимо разработать концеп-

цию переработки и утилизации отходов, ориентированную на образование единого мусоперерабатывающего комплекса [4].

Для улучшения экологической ситуации в регионе необходимо выработать комплексный подход к решению данных проблем [3, с. 21-24]. С целью сохранения животного и растительного мира Кавказских Минеральных Вод следует осуществлять регулярное наблюдение за объектами фауны, вести Красную книгу КМВ для сохранения и восстановления редких видов растений и животных. К приоритетным направлениям следует отнести озеленение региона. Для улучшения экологического состояния КМВ необходимо создать систему особо охраняемых природных территорий. Лишь совместными усилиями ученых, специалистов, органов власти в решении проблем и соблюдением природоохранного режима каждым жителем нашего региона мы сможем добиться совершенствования системы стимулирования рационального природопользования в КМВ.

Список литературы

1. Маркова Л. А. Проблемы и возможные пути решения экологической безопасности региона Кавказские Минеральные Воды // Успехи современного естествознания. 2007. № 12. С. 17-19

2. Хачиков В. А. Леса Пятигорья. Бештаугорский лесхоз: годы, люди, дела. Элиста, 2000.

3. Маркова Л. А. Проблемы и возможные пути решения экологической безопасности региона КМВ // Успехи современного естествознания. 2007. № 12 С. 21-24.

4. Проект «Комплексное решение проблемы твердых бытовых отходов в регионе Кавказских Минеральных Вод» [Электронный ресурс]. URL: <http://kmwfund.narod.ru/doklad.htm>

УДК 379.85

Соломина И. Ю.,

канд. филос. наук, доцент кафедры сервиса и туризма,
Самарская государственная областная академия (Наяновой)
г. Самара, Россия, siu@bk.ru

К ВОПРОСУ О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье дан анализ развития событийного туризма в Самарской области, обозначены и показаны способы трансформаций культурных событий в туристские

на основе комплексного подхода. Представлена характеристика культурного и туристского события как теоретических понятий.

Ключевые слова: туризм, культурное событие, туристское событие, комплексный подход, совет по событийному туризму, календарь событий.

THE PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT OF EVENT TOURISM IN THE SAMARA REGION

The article analyzes the development of event tourism in the Samara region, marked and shows how the transformations of cultural events in the tourist in a comprehensive manner. The characteristics of cultural and tourist events as the theoretical concepts.

Keywords: tourism, cultural events, tourist events, a comprehensive approach, council of tourism events, calendar of events.

Развитие туристской отрасли важно для экономики России и отдельно взятых регионов. Рост событийного туризма благотворно влияет на экономику, формирует позитивный имидж региона, привлекает туристов, способствует развитию инфраструктуры, обновлению городской среды, стимулирует увеличение расходов туристов. Благодаря событийному туризму происходит увеличение занятости населения в сферах размещения, питания, транспорта, отдыха и развлечений, производства сопутствующих товаров и услуг в некоторых других отраслях экономики, вследствие чего увеличивается прибыль и происходит рост благосостояния региона [1, с. 116-119].

Самарская область постоянно находится в поисках новых проектов, идей, планов, которые способствуют появлению множества разных и интересных событий: фестивалей, конкурсов, спортивных состязаний, красочных праздников и др. В 2014 году в Самарской области прошло более четырёхсот культурных событий.

21-22 октября 2015 года в Казани были подведены итоги конкурса в области событийного туризма «Russian Event Awards». Помимо награждения победителей, был составлен рейтинг регионов. Самарская область получила в нем 22 балла и со значительным отрывом получила первое место. Участниками конкурса на соискание Национальной премии «Russian Event Awards» 2015 года стали 688 проектов из 353 населенных пунктов, представляющих 69 регионов страны. Региональные этапы Национальной премии «Russian Event Awards – 2015» прошли в Санкт-Петербурге, Владивостоке, Тольятти, Ярославле, Ростове-на-Дону. В финале были представлены 104 лучших проекта из 36 регионов нашей страны. Победителями и призерами Национальной премии в области событийного туризма «Russian Event Awards – 2015» стали представители 31 региона страны.

В представленном рейтинге регионов по итогам финала Национальной премии «Russian Event Awards – 2015» места распределены следующим образом: 1 место – Самарская область – 22 балла; 2 место – Ярославская область – 16 баллов; 3 место – Республика Татарстан – 13 баллов; 4 место – Липецкая область – 11 баллов; 5-6 места – Владимирская область и Санкт-Петербург – 10 баллов; 7-10 места – Алтайский край, Приморский край, Московская и Ростовская области – 9 баллов; 11-12 места – Севастополь и Ханты-Мансийский автономный округ – Югра – 8 баллов; 13-14 места – Иркутская и Калужская области – 6 баллов; 15-21 места – Сахалинская, Саратовская, Тамбовская, Омская и Челябинская области, Республика Северная Осетия – Алания, Пермский край – 4 балла; 22-27 места – Белгородская, Смоленская и Новгородская области, Республика Саха (Якутия), Красноярский край, Новгородская область – 3 балла; 28 место – Удмуртская Республика – 2 балла; 29-31 места – Забайкальский край, Ивановская область и Камчатский край – 1 балл.

Официальными номинациями премии 2015 года были: лучшее событие в области культуры, спорта, исторической направленности, по популяризации народных традиций и промыслов, деловой направленности, в области популяризации событийного туризма, в области гастрономического туризма, молодежное событие, лучшее детское событие, лучшая идея для развития событийного туризма, лучшая площадка для развития событийного туризма (музейно-выставочные комплексы, природно-рекреационные зоны, средства размещения), лучшие туристско-информационный центр – региональный ТИЦ, туристско-информационный центр – муниципальный ТИЦ, лучшее событие, посвященное 70-летию Победы в Великой Отечественной войне. За вклад в развитие событийного туризма отмечены глава региона, глава муниципального образования [2].

Анализируя результаты конкурса, хотелось бы отметить, что данная премия присуждается территории не за развитие событийного туризма, а за наличие культурных событий, которые могут стать основой событийного туризма. Подтверждением данного высказывания является отсутствие продвижения и позиционирования данных событий как туристских, отсутствует и статистика использования данных событий в туристских целях. Поэтому необходимо различать понятия культурное событие и туристское.

Культурное событие попадает в объектив гуманитарного знания во второй половине 20 века и связано с понятиями событие и со-бытие. Трактовку понятия *событие* можно обнаружить в философии М. Хайдеггера, М. М. Бахтина, особенно в постмодернистской традиции

Ж Делёза, Ф. Гваттари, Ж. Деррида, М. Бланшо, Ж-Л. Нанси, Ж. Ф. Лиотара и др. Обобщим понимание вышеперечисленными философами категории «культурное событие» – это фиксация культурных актов, существующих на микро-и макроуровнях, отличающихся от культурных мероприятий характером воздействия на аудиторию, способностью заинтересовать различную аудиторию. Как философско-культурологическое понятие «культурное событие» имеет иные смыслы, оперирующие абстрактными уровнями бытия в сопричастности личного существования к бытию другого; функции культурного события связаны с нравственными универсалиями, совпадением нравственной мотивации отдельной личности и нравственной атмосферы общества; культурные события мирового уровня предполагают совпадения официальной и неофициальной нравственной мотивации, становятся мощным стимулом развития всего общества в целом [3, с. 331-332].

Туристское событие представляет собой комплексную трансформацию культурного события, включающую в себя само событие и комплекс сопутствующих туристских мероприятий: доступность, сопутствующие развлечения; обзор достопримечательностей; информационный туристский центр, где туристы могут узнать информацию обо всех интересующих их вопросах, о путешествии; качественная организация инфраструктуры, средства размещения, предприятия питания, предприятия сферы услуг; правильное продвижение турпродукта и реклама; социально-экономическая среда, экологическая среда, политическая среда и техническая среда. В диссертационном исследовании, посвящённом развитию событийного туризма в регионах, Е. А. Лакомов разрабатывает комплексный подход к формированию дестинации событийного туризма (рис. 1). Е. А. Лакомов утверждает, что при соблюдении этих критериев туристский продукт будет достоин выхода на рынок [4].



Рис. 1. Комплексный подход к формированию дестинации событийного туризма

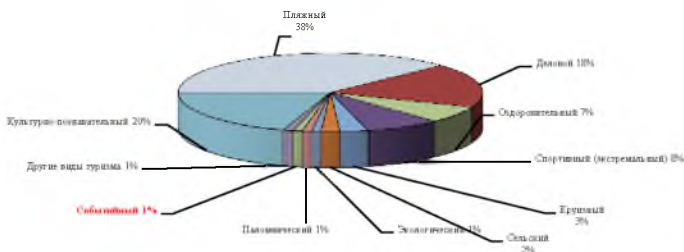


Рис. 2. Виды туризма и их доля на российском рынке

Доля событийного туризма в структуре внутреннего российского турпотока занимает всего 1 % [5], согласно данным, представленным на рис. 2.

В Самарской области сделаны определённые шаги для создания условий для развития событийного туризма, сформирован региональный совет по данному виду туризма [6]. Совет занимается реализацией и продвижением событийных проектов. Для продвижения событийного туризма в Самарском регионе необходима информация о событиях и о времени их проведения. Поэтому представители совета на портале разместили календарь событий, проходящих в Самарской области [7]. Этот ресурс является полезным как для профессионалов туристической индустрии, так жителей и гостей области. Специалисты могут с помощью него находить партнеров для сотрудничества в туристической сфере, другие посетители портала могут подбирать для себя мероприятия, ориентируясь либо на время проведения мероприятия, либо на тематику.

На территории Самарской области ежегодно проходят интересные фестивальные события: Грушинский фестиваль (г. Самара), «Барабаны мира» (г. Тольятти), «Классика над Волгой» (г. Тольятти), Всероссийский театральный фестиваль «ПоМост» (г. Новокуйбышевск), «Сызранский помидор» (г. Сызрань) и др. Перечисленные события уже являются традиционными, имеют длительную историю развития, но в туристском продвижении региона они занимают незначительное место, хотя некоторые туроператоры включают посещение данных мероприятий в туристские программы.

Самара активно ведёт подготовку к чемпионату мира по футболу, который пройдёт в 2018 году. Спортивное событие значительно увеличивает шансы для развития событийного туризма. По мнению губернатора Самарской области Николая Ивановича Меркушкина, проведение мундиала в Самаре может стать мощным импульсом для развития всего региона, позволит активизировать преобразования во

всех сферах жизни, позволит повысить инвестиционную привлекательность и позиционировать Самарскую область как центр событийного туризма.

Список литературы

1. Долженко Г. П., Шмыгкова А. В. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. 2007. № 6. С. 116-119.

2. Рейтинг регионов по итогам финала Национальной премии «Russian Event Awards-2015» // Инвестиции в туризм. Режим доступа <http://rusturinvest.ru/article/rejting-regionov-po-itogam-finala-nacionalnoy-prem-1929.html> (дата обращения 29.10.2015).

3. Соломина И. Ю. Аспекты понятия «культурное событие» в системе социогуманитарного знания // Наука. Философия. Общество: материалы V Российского философского конгресса. Т. II. Новосибирск: Параллель, 2009. 544 с.

4. Лакомов Е. А. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму: автореф. дис... канд. экон. наук. / Гос. ун-т управления. М., 2013.

5. Дмитриев Д. В. Специфика событийного туризма как сегмента регионального рынка туристских услуг // Мир экономики и права. 2011. № 10. С. 52-55. Режим доступа: http://ispecspb.ru/mirekonom/mehp_10_11.pdf (дата обращения 15.04.2015).

6. Региональный совет по событийному туризму // Промо-сайт Национального парка Самарская лука. Режим доступа: <http://lukasamara.ru/contents/events/59> (дата обращения 27.10.2015).

7. Департамент туризма Самарской области // Календарь событий Самарской области. Режим доступа: <http://dt.samregion.ru/infrastructure/catalog/> (дата обращения 27.10.2015).

УДК 331.108

Потапова К. О.,

магистрант, 19ksenya91@mail.ru;

Рукомойникова В. П.,

канд. филол. наук, доцент кафедры социальных наук и технологий,

Поволжский государственный технологический университет,

г. Йошкар-Ола, Россия

ОБЗОР КАДРОВЫХ РЕСУРСОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

В данной статье рассматривается состояние кадровых ресурсов на туристском рынке, связанное с подготовкой квалифицированных работников. Проанализи-

рованы аспекты целевых программ Приволжского федерального округа по развитию туризма, связанные с подготовкой кадров.

Ключевые слова: кадровые ресурсы, индустрия туризма, специалист по туризму.

REVIEW OF HUMAN RESOURCES IN TOURISM PRIVOLZHISKY FEDERAL DISTRICT

This article examines the state of human resources in the tourist market, related to the preparation of qualified workers. Aspects of the targeted programs of Privolzhsky Federal District Tourism Development, which related to the personnel training are analyzed.

Keywords: human resources, tourism industry, tourism specialist.

В данной статье излагаются результаты проведенного исследования обзора кадрового вопроса в сфере туризма по материалам программ развития туризма Приволжского федерального округа. В ходе анализа изучаемые регионы были поделены на три группы.

В первую группу входили программы, в которых уделяется серьезное внимание вопросам подготовки и повышения квалификации кадров (Республика Татарстан, Нижегородская область, Пермский край, Республика Башкортостан). Отметим, что по уровню экономического развития это регионы-локомотивы Приволжского федерального округа. Соответственно, у них намного больше финансовых возможностей для полноценной реализации программ и подготовки туристских кадров. В этой группе программ ясно указаны приоритеты подготовки кадров: обеспечение многоуровневой системы подготовки квалифицированных специалистов, инструкторов туризма, отвечающих современным требованиям, на основе интеграции академической и вузовской наук; совершенствование системы подготовки, переподготовки кадров и ее научное обеспечение.

Также хотелось бы подчеркнуть, что в целевой программе развития туризма Республики Марий Эл точно намечены ориентиры, разработан четкий план подготовки туристских кадров, подробно указаны ответственные лица и финансирование [1], хотя этот регион не является экономическим локомотивом.

Во вторую группу входят регионы, в которых уделяется недостаточное внимание подготовке кадров. Эту группу составляют: Республика Мордовия, Пензенская, Самарская, Саратовская области, Пермский край. Обязательные аспекты их программ освещены не точно, со множеством упущений. К примеру, в программе Самарской области говорится о переквалификации кадров, однако не уточняется, каким образом она будет проводиться.

К третьей группе можно отнести Ульяновскую область. В целевой программе вообще не затронут вопрос подготовки кадров, а лишь единоразово упомянуто о нехватке кадров в туристской индустрии [3].

В программах регионов-лидеров обращается внимание на развитие системы подготовки кадров в сфере туризма, включая высшее и среднее профессиональное образование, повышение квалификации и переподготовку кадров, организацию взаимодействия в области управления качеством турпродукта с общественными профессиональными организациями сферы туризма и гостеприимства.

Анализ планов мероприятий по подготовке кадров в сфере туризма показал, что разделы в региональных программах туризма Приволжья, касающиеся проблемы кадров, отличаются слабо, создается впечатление, что они написаны «под копирку». Мероприятия носят поверхностный характер и не детализируются. Нет плана-календаря мероприятий, не во всех программах указаны ответственные лица за конкретные шаги. Особо остро вопрос подготовки кадров стоит в регионах, где запланированы крупные событийные мероприятия, в частности, чемпионат мира по футболу в 2018 году [2].

Подводя итог вышесказанному, отметим, что содействие в подготовке кадров в сфере туристической индустрии - это тренд настоящего времени, и большинство регионов РФ уже откликнулось на запросы времени, стремясь наладить качество подготовки специалистов в сфере туризма и гостеприимства.

Список литературы

1. О республиканской целевой программе «Развитие туризма в Республике Марий Эл на 2011-2016 годы»: постановление Правительства Республики Марий Эл № 359 от 24.12.2010 // Собрание законодательства Республики Марий Эл. 2011. № 1 (часть I).

2. Об утверждении государственной программы Республики Мордовия «Развитие культуры и туризма на 2014-2018 годы»: постановление Правительства Республики Мордовия от 23 декабря 2013 года № 579. Режим доступа: docs.cntd.ru >document/460226488.

3. Об утверждении государственной программы Ульяновской области «Развитие туризма в Ульяновской области» на 2014-2018 годы: постановление Правительства Ульяновской области от 11 сентября 2013 года № 37/418-П. Режим доступа: docs.cntd.ru>document/463704287.

Галактионова В. А., Гимаева Р. Р., Минигареева Д. А., студенты,
Уфимский государственный университет экономики и сервиса,
г.Уфа, Россия, RalinaXR@gambler.ru

АНАЛИЗ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА АЛЬШЕЕВСКОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН

Авторами предпринята попытка анализа богатого туристского потенциала Альшеевского района Республики Башкортостан. Описаны историко-культурные и природные достопримечательности.

Ключевые слова: туризм, Альшеевский район Республики Башкортостан, туризм в Республике Башкортостан.

ANALYSIS OF TOURIST CAPACITY OF THE ALSHEEVSKY DISTRICT OF THE REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN

The authors attempt to analyze the rich tourist potential of the Al-sheevskogo district of Bashkortostan. We describe the historical, cultural and natural attractions.

Keywords: tourism, Alsheyevsky District Republic of Bashkortostan, tourism in the Republic of Bashkortostan.

Туризм является самой динамичной отраслью экономики и служит гарантией разнообразных впечатлений, содействует смене окружающей обстановки и видов деятельности, способствует эффективному ослаблению нервного напряжения, повышает интеллектуальный уровень путешествующих путем их участия в культурно-познавательных и развлекательных туристских маршрутах. Республику Башкортостан называют жемчужиной Южного Урала, потому что именно здесь есть возможность посетить увлекательные и благоприятные во всех отношениях места отдыха, связанные с местным колоритом и особенностями природно-климатических условий. Неповторима природа Альшеевского района с ее богатым живописным ландшафтом: степными и лесными массивами, зелеными долинами красавицы Демы, грядами причудливых по своей форме холмов и гор. Район по праву считается одним из самых привлекательных районов республики. В то же время он недостаточно известен на туристическом рынке республики. Туристский потенциал района может быть использован для развития внутреннего туризма, в целях экологического и патриотического воспитания.

Альшеевский район располагается на юго-западе Республики Башкортостан. В свое время здесь находилась деревня Альшеево, основанная еще в 1765 году (XVIII век). Район граничит с Давлекановским районом на севере, Аургазинским и Стерлитамакским районом – на востоке, Миякинским – на юге, Бижбулякским и Белебеевским районами – на западе. Название деревни, а затем и района, связано с именем Альшея Мэргена, потомка племени минцев, в свое время он был сподвижником Салавата Юлаева, активным участником крестьянского движения Емельяна Пугачева. Деревня Альшеево располагалась по берегу реки Дема, там действовала мечеть, медресе, 3 бакалейные лавки, волостное управление и по четвергам базар. С началом строительства железной дороги появляется рабочий поселок, со временем он сливается с деревней Альшеево, образуется рабочий поселок Раевский (в 1890 году).

Поселок Раевский (ныне село) возник в 1890 году, когда появились переселенцы, взявшие по контракту у землевладельца Александра Федоровича Раева в аренду участка сроком на 12 лет. Александр Федорович Раев (1823-1901) был владельцем имения на территории нынешнего Давлекановского района. Он был награжден правительством этим поместьем после успешной военной кампании 1863-1864 годов и на свои средства построил железнодорожную станцию Раевка, а также двухэтажную кирпичную школу и церковь. В те времена помещики, которые финансировали строительство участков дороги, имели право называть новые станции своими именами. Так появились станции Аксеново (Аксенов), Шафраново (Шафранова), Давлеканово (Давлет), Раевка (Раев) [5].

В настоящее время село Раевский – центр района, расположен на левом берегу р. Дема. Площадь района составляет 2412 км². По многообразию представленных в ней этносов, культур, языков и согласно Всероссийской переписи населения 2010 года в районе численно преобладают башкиры (39,3 %), татары (32,4 %), русские (22,7 %), а кроме них проживают украинцы (2,5 %), чуваша (1,6 %) и представители других национальностей (1,5 %). Население проживает в 104 сельских населенных пунктах, распределенных по 20 сельским муниципальным образованиям, наиболее крупные: сельский совет Раевский (20 014 чел.), Шафраново (3470 чел.), Аксеново (2463 чел.), Трунтаишево (1190 чел.) [2; 3].

Природа района поразительна, красива и богата, рельеф местности холмисто-равнинный. Речную сеть образуют река Дёма с притоками Аврюз, Курсак, Тюлянь; река Уршак с притоками Кызыл, Такелга и др. Широколиственные леса занимают обширные территории района.

Сельское хозяйство специализируется на выращивании зерновых культур, сахарной свеклы, подсолнечника, овощей и разведении КРС,

лошадей, свиней и овец. Развита переработка сельскохозяйственного сырья (в с. Раевский находятся элеватор, мясокомбинат, сахарный и молочные заводы), производят лечебный кумыс, мед. На территории района силами НГДУ «Аксаковнефть» ведется добыча нефти. В селе Шафраново функционирует фабрика художественных изделий. Широкую известность получили климато-кумысолечебные санатории им. А. П. Чехова и «Шафраново».

Транспортная освоенность территории района высока, ее пересекают автодороги Чишмы – Аксеново – Киргиз-Мияки, Стерлитамак – Раевский, Аксеново – Аксаково, участок Куйбышевской железной дороги Абдулино – Уфа.

В районе функционируют 62 общеобразовательные школы, в том числе 22 средние; детская школа искусств; конно-спортивная школа; Дом детского творчества; Аксеновский сельскохозяйственный техникум, Раевское и Шафрановское профессиональные училища, филиалы Башкирского экономико-юридического техникума и Башкирского строительного техникума; 33 библиотеки; 46 клубных учреждения; центральная районная больница, 7 сельских врачебных амбулаторий. В районе существуют и активно развиваются 10 народных и 4 образцовых коллектива художественной самодеятельности. Издаётся газета «Альшеевские вести» на башкирском, русском и татарском языках [4, с. 38].

Альшеевский район богат историко-культурными и природными достопримечательностями. Приведем сведения о некоторых из них.

Памятник воину в с. Нигматуллино установлен в 1987 году. Высота памятника составляет 3 м. На мраморных плитах выгравирован список воинов, павших в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. Ежегодно 9 мая и 22 июня проводится возложение цветов к памятнику.

Церковь Николая Чудотворца (другие названия: Свято-Никольский храм, церковь в честь Святого Николая Угодника, Никольская церковь) находится в селе Шафраново. Вероятно, храм был построен в начале XX века. Альбер де Гасс – представитель одного из древнейших и знатных родов Франции – оказался в российской глубинке и был поражен ее природной красотой. Он выкупил имение на территории нынешнего Альшеевского района, женился и прожил в Шафраново с семьей несколько лет. В 1917 году французская семья вынуждена была покинуть Россию. В советские годы церковь была разрушена. Дочь Альбер де Гаса Ирэн часто вспоминала места, где она жила с родителями, особенно церковь в селе Шафраново. Умирая, она попросила племянника, когда в России прекратятся гонения на религию, выяснить судьбу церкви и при необходимости помочь в ее восстановлении. В конце 2000-х гг. через французское посольство в Республику Башкортостан пришло письмо от племянника Ирэн де

Юрша (в девичестве Ирина де Гасс-Переяславльцева) месье Андрэ Саразэн де Гасс, профессора Католического университета, в котором он интересовался судьбой храма в Шафраново и предлагал внести свой вклад в ее восстановление. Неизлечимо больной Андрэ Саразэн де Гасс смог пожертвовать на восстановление церкви всего тысячу евро. Аксаковский фонд принял решение добавить необходимые средства и отлить в память о французской семье колокол. 90-килограммовый колокол был отлит известным мастером из Каменска- Уральского Никодем Пятковым. На колоколе написано: «В память о семье де Гас, жившей в Шафранове в 1910-1917 годах и беззаветно любившей Россию. Дар Андре Саразена де Гас. 2005 год. Франция». Два года колокол находился в Доме-музее С. Т. Аксакова в Уфе, в декабре 2011 года он был освящен и водружен на звонницу.

Гора Сусактау (от башк. «сусак» – сопка и «тау» – гора) – одна из самых красивых гор-останцев Башкирского Предуралья, находится на правом склоне долины реки Дема, сложена верхнепермскими отложениями. Вершина имеет коническую форму, а склоны горы – террасовидную, с уступами, благодаря различной прочности слагающих пород. С юго-западного подножия горы протекает река Дёма. Этот уникальный памятник природы манит тысячи людей своей красотой, величием и загадочностью. Местные жители считают его святым местом, исцеляющим от разных недугов, дающим силы, исполняющим желания.

Сатыр-тау (от башк. «сатыр» – гора и «тау» – шатёр) – гора-останец, срезанная вершина придает горе вид шатра. Сатыр-тау – памятник природы площадью 8 га, на его холмах леса полностью отсутствуют, их покрывают лишь травянистые растения. Западнее горы протекает река Дёма.

Озеро Тау-Куль раскинулось у подножия одного из трёх холмов Абрашитовской горы (так называется возвышенность местное население), в южной части села Крымский. Между озёрами Тау-Куль (с. Крымский) и Торно-Куль (с. Абдрашиново) находится ещё одно небольшое круглое озеро Зириклыкуль (Миякинский район). В годы войны, по рассказам коренных жителей, Тау-Куль полностью высохло. На этом месте сейчас косят камыши и собирают сено. Весной на месте озера неоднократно были замечены журавли, лебеди и цапли.

Одна из известных достопримечательностей – наскальный памятник Килен-таш – находится рядом с одним из прудов на отрогах гор Олотау (Великая гора) и Емеректау. Это камни с тамгами, нанесенными нашими предками еще в XV-XVI веках. Самый знаменитый среди них – «Килен-таш» (камень невестки, или снохи), известный многим благодаря легенде про красивую девушку, которая влюбилась в луну. Каждый вечер она взбиралась на вершину горы Олотау и любовалась месяцем, мечтая родить от него сына. Однажды

сильный ураган сбросил красавицу с вершины, и на месте её гибели, у подножия горы, выросла скала Килен-таш. Скала представляет собой большой камень, имеющий пирамидальную форму. Эта каменная глыба с тамгами и родовыми знаками по сей день вызывает интерес у археологов-краеведов и остается местом паломничества жителей и гостей района.

Издавна края альшеевские славились кумысом – богатырским напитком, как его называли предки. Именно благодаря этому чудесному напитку в селе Шафраново появился санаторий. Название села шло от фамилии семейства тайного советника Николая II – Николая Семеновича Шафранова, супруга которого – княгиня Ольга Викторовна Шафранова – в 1892 году создала здесь санаторий, где лечили кумысом туберкулёз. Она же настояла, чтоб железная дорога прошла через село, рядом с санаторием. Летом сюда отовсюду съезжались состоятельные люди лечиться кумысом и отдохнуть. Село посещали Лев Толстой, Антон Павлович Чехов, Марина Цветаева. Сергей Есенин мечтал попасть «на кумыс». Долечивал в Шафраново свои раны после войны Мустай Карим, здесь он писал свою повесть «Радость нашего дома». Излечивался в санатории от туберкулеза и башкирский поэт Рашит Нигмати.

Кумысолечение и особенности степного климата способствуют улучшению состояния здоровья пациентов здравницы. Данный кисло-молочный продукт из кобыльего молока успешно применяется при болезнях органов дыхания. Как общеукрепляющее и тонизирующее средство, кумыс повышает сопротивляемость организма к болезнетворным элементам.

Благоприятное воздействие сосновых боров, расположенных на территории лечебницы, эффективно используется в лечебном процессе.

На специальных верандах и галереях пациенты пребывают на свежем воздухе, обогащенном фитонцидами. В санатории функционируют аэрозолярии, ингаляторий, кабинеты физиотерапии, спортивные сооружения для занятий лечебной физкультурой. Кроме климатотерапии для оздоровления пациентов применяются медикаментозная терапия, терренкур, спелеотерапия, диетолечение, фитотерапия, физиотерапия и другие эффективные способы лечения. В пяти километрах от зоны здравницы находится Слаковское водохранилище.

Альшеевская земля является источником творческого вдохновения, рождает людей, одаренных и талантливых, способных создавать прекрасное (Рашит Шакур, Гульфия Юнусова, Светлана Хакимова, Урал Рашитов, Наиль Шаймарданов, Гульчачак Шарипова, Альфред Якшимбетов, Гульнара Рашитова, Рустам Гиззатуллин, Ильдар Хакимов, Гузель Ахметова, Анвар Нургалиев др.).

Особой красоты природа края, большое количество исторических памятников и достопримечательностей благоприятно влияют на развитие туризма в Альшеевском районе Республики Башкортостан. Посещая эти места, люди узнают об истории, духовной жизни, традициях, легендах, об особенностях этой земли, о жизни и деятельности населения. Планируя дальнейшее развитие района, следует сделать акцент на развитии в нем внутреннего туризма, так как Альшеевский район имеет для этого большой потенциал.

Список литературы:

1. Альшеевский район: природа, население, история района, населенные пункты, экономика, экология, туризм (к 80-летию района и 70-летию Победы) / Р. А. Фаткуллин, И. Р. Фаткуллин. Уфа: ГУП РБ Уфимский полиграфкомбинат, 2015. 287 с.

2. Альшеевский район: сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа http://www.alshei.ru/?part_id=161,1054 (дата обращения 15.10.2015 г.).

3. Альшеевский район [Электронный ресурс]. http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%EB%FC%F8%E5%E2%F1%0EA%E8%E9_%F0%E0%E9%EE%ED (дата доступа 15.10.2015 г.).

4. Вайсман С. Я. Хлеб и школа. Уфа: ООО «ЛИК», 2000.

5. Заилова З. Александр Раев основал станцию Раевка // Альшеевские вести. 2010. 10 марта.

УДК 338.48:504.062

Гончарова О. В.,
канд. биол. наук, доцент кафедры ГЕНИПД,
Омский институт (филиал) Российского
экономического университета им. Г. В. Плеханова,
oksana_goncharova@mail.ru;

Гончарова С. В.,
преподаватель географии и экологии,
Омский технологический колледж,
г. Омск, Россия

РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Авторами предпринята попытка анализа особенностей проектирования экологического туризма с учетом региональных особенностей. Для Омской области характерна неполноценная развитость этого направления туризма. Поэтому

немаловажным аспектом его развития становится историческое значение бывшего Московско-Сибирского тракта.

Ключевые слова: туризм, экологический туризм, региональный аспект, туристско-рекреационное проектирование, Московско-Сибирский тракт.

REGIONAL ASPECTS OF THE DESIGN OF RECREATIONAL TOURISM IN THE OMSK REGION

The authors attempt to analyze the specifics of the design of eco-tourism taking into account regional peculiarities. For the Omsk region is characterized by a weak development of this direction of tourism. Therefore, becomes a significant historical importance of the former Moscow-Siberian highway.

Keywords: tourism, eco-tourism, the regional dimension, tourist and recreational design, the Moscow-Siberian highway.

Экологический туризм является традиционным во многих странах, но для Омской области – новинкой XXI столетия. В опросе по выявлению предпочтения потребителей в туристических поездках по России, проведенным Центром экологических путешествий «Зеленая Сеть» еще в 2010 г., вся Сибирь, за исключением Алтая, Байкала и Дальнего Востока, была отнесена в ранг «другое» с 3% голосов [1]. Поэтому актуальным становится объединение усилий по развитию экологического туризма на внутреннем рынке.

Популярность экотуризма связана не только с получением новых впечатлений в результате удовлетворения потребности общения с природой, ощущения слитности с ней, экологического просвещения через познание нового [2, с. 51-64], но и привлечением внимания к вопросам необходимости сохранения окружающей среды. Одни туристы хотят увидеть еще сохранившиеся уголки первозданной природы, другие – внести свой вклад в сохранность природных экосистем и ощутить от этого удовлетворение.

Основная цель экологического туризма – гармонизация человека с окружающей его природной и социальной средой [6, с. 16]. Поэтому экологический туризм еще называют экотуризмом, экологически ориентированным туризмом, экологически устойчивым туризмом, зеленым туризмом, «мягким» туризмом или сельским туризмом [12, с. 241-251]. Основной задачей экотуризма является максимальное соблюдение строгих экологических норм и ограничений [6, с. 16].

Системный подход к проблеме экологического туризма, о котором говорит В.Н. Николашин, позволит взаимоувязать всю многогранность факторов, условий, принципов, обстоятельств экологического туризма в

единое целое и выйти на новые уровни в развитии этой отрасли туризма [8, с. 109-110].

При туристско-рекреационном проектировании следует обладать информацией о природных, социальных, экономических факторах региона.

Омская область славится своей более 400-летней историей. Город Тара был первым русским поселением на территории современной Омской области. Основан в 1594 г. по указу царя Федора Иоанновича для защиты русских владений на юге Сибири. Через Омскую область проходил Московско-Сибирский тракт, некоторые участки которого сохранилось в первоизданном виде и являются памятниками истории местного значения. В районах маршрута Золотого кольца Среднего Прииртышья, проходящего в пределах тракта, сохранились и поддерживаются объекты, являющиеся ценными памятниками истории нашего региона, представляющими интерес как для российских граждан, так и для зарубежных гостей [11, с. 116-120].

Со строительством Транссибирской железнодорожной магистрали актуальность тракта значительно снизилась, бурлящая ранее трудовой жизнью дорога стала разрушаться, край опустел [10, с. 59-64].

Добавились современные экологические проблемы: сокращение площади лесов на севере области, эрозия и засоление почв, несанкционированные свалки отходов, сокращение биоты и т.п. Все эти проблемы усугубляются снижением численности сельского населения, недостатком финансовых вложений. В связи с этим важное значение приобретает именно экологический туризм, направленный на улучшение социального состояния жителей области и на привлечение внимания к экологическим проблемам региона.

Характерная особенность расположения ландшафта Омской области - это обширные природные ресурсы трех природных зон: лесной, лесостепной и степной в их различных проявлениях, с разнообразной природной флорой и фауной.

Предполагается разбить экологические туристические маршруты, объектами которых на «притрактовых» территориях Золотого кольца Прииртышья могут стать как экосистемы, так и отдельные представители флоры и фауны [3, с. 32-36].

На территории бывшего Московско-Сибирского тракта расположены государственный природный охотничий (зоологический) заказник федерального значения «Баировский»; государственные природные охотничьи (зоологические) заказники регионального значения: «Заозерный», «Килейный»; памятники природы местного значения: «Зеленая роща», «Фрунзенский», «Междуреченский», «Красноозерский», «Иргутский»; Государственный Большереченский зоопарк [4, с. 22-34].

Оптимизация туризма в ООПТ на основе совмещения экологических и экономических интересов позволит получить дополнительные доходы, которые можно направить для финансирования деятельности заказников.

Экологический туризм позволяет успешно реализовать на практике принцип устойчивого развития. Экономический успех в нем напрямую зависит от соблюдения природоохранных мер и учета социального фактора [8, с. 36-40].

Неотделимо от экологического туризма и экологическое просвещение. Эготуризм направлен на то, чтобы научить туристов замечать, ценить, беречь, создавать красоту в культурном и природном ландшафте, не мириться с проблемами окружающей среды [9, 102-108]. Исследования подтверждают, что экологически ориентированный туризм как форма экологизации образа жизни пока еще не стал частью ценностной системы общества, привычной практикой проведения досуга, за исключением тех случаев, когда развитие экологического туризма жизненно необходимо (например, в случае проживания в экологически неблагоприятных районах) [5, с. 60-63].

Список литературы

1. Басанец Л. П. Путешествие по России - предпочтения туристов [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.ecotravel.ru/files/articles/Puteshestvija_po_Rossii_-_predpochtenija_turistov.pdf (дата обращения 12.10.2015).
2. Важов С. В., Важов В. М., Важова Т. И. Биоразнообразие как фактор рекреационного природопользования в особо охраняемых природных территориях // Природопользование на Алтае: агросфера и биоресурсы: сб. науч. статей. Вып. 2. Бийск: ФГБОУ ВПО «АГАО», 2012. С. 51-64.
3. Гончарова О. В. Золотое кольцо Среднего Прииртышья как экологический комплекс // Валихановские чтения-17: сборник материалов Международной научно-практической конференции. Кокшетау, 2013. Т. 10. С. 32-36
4. Гончарова О. В. Эколого-туристический потенциал Золотого кольца Среднего Прииртышья // Эко- и агротуризм: перспективы развития на локальных территориях: сборник научных статей. Минск: Четыре четверти, 2013. С. 22-34.
5. Ермолаева П. О. Экологический туризм как форма проявления экологизации образа жизни // Ученые записки Казанского государственного университета. 2009. Т.151, кн. 5, ч. 1. С. 60-63.
6. Колосов А. Б. Теория и практика экологического туризма: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2005. 240 с.
7. Николашин В. Н. Особенности использования природных ресурсов в экологическом туризме // Транспортное дело России. 2010. № 7. С. 109-110
8. Николашин В. Н. Экологический туризм как фактор устойчивого развития регионов // Научный вестник МГИИТ. 2011. № 3. С. 36-40.

9. Родоман Б. Б. Возможности эстетического воспитания в экологическом туризме // Современные проблемы сервиса и туризма. 2012. № 1. С. 102-108.

10. Goncharova O. V., Ischak E.R. Ecological tourism in «Golden Ring» of Middle Irtysh area // Eastern-European Scientific Journal (Gesellschaftswissenschaften): Dusseldorf (Germany): Auris Verlag. 2013. № 2. P. 59-64.

11. Goncharova O. V., Ischak E.R. Ecological tourism in «Golden Ring» of Middle Irtysh area // Czlowiek, Swiat, Polityka. Warszawa. 2012-2013. № 4/5. P. 116-120.

12. Muller F. G. Ecotourism: an economic concept for ecological sustainable tourism // Int. J. Environ. Stud. 2000. V. 57, № 3. P. 241-251.

УДК 338.48-53:63

Смирнова И. В.,

канд. экон. наук, доцент кафедры малого и среднего бизнеса,
Марийский государственный университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ КАК ЭЛЕМЕНТ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Ситуация с сельской безработицей сохраняется уже долгие годы. Она приобрела характер «застоя» со всеми его отрицательными последствиями. Сельский туризм - источник формирования новых рабочих мест и развития села.

Ключевые слова: сельский туризм, безработица, развитие села.

RURAL TOURISM AS ELEMENT OF DEVELOPMENT OF THE NONAGRICULTURAL DIRECTIONS OF RURAL TERRITORIES

The worldThe unemployment in the countryside is increasing significantly. It resulted in the stagnation and led to the negative consequences. Rural tourism is considered to be one of the promising ways to increase employment and development of the countryside infrastructure.

Keywords: Rural tourism, employment, development of the countryside infrastructure.

Интерес к сельскому туризму в мире повсеместный. На смену модели «солнце, море, пляж» приходит модель «пейзаж, знания, досуг». Каждая страна стремится создавать собственную национальную модель развития сельского туризма. Россия с ее уникальным ресурсным потенциалом имеет большие возможности для развития въездного туризма. Однако сегодня ее доля в мировом туристском обороте составляет немногим более 1 %. Туристический потенциал России используется лишь

на 20 %. По данным Минсельхоза РФ, в России развитием сельского туризма занимаются 11 регионов, при этом на долю этого сегмента туристической отрасли приходится лишь 2 %. Сегодня в России, по официальным данным, всего 1,5 тысячи сельских домов, по неофициальным данным – больше 4 тысяч.

Одним из направлений развития туристической сферы, которое ориентировано на охрану и развитие природы, культурно-исторического наследия, привлечение людей к активному участию в решении собственных финансовых проблем, содействие трудоустройству безработных, является развитие сельского туризма.

Сельский туризм как отдых в сельской местности – не только дань моде, но и необходимость: загрязнение городской среды, динамичный и напряженный ритм жизни в городах будят в людях желание покоя и уединения среди чистой природной среды. Сельский туризм дает человеку возможность обратиться к истокам народа, к природной среде и культурному наследию, а кроме того, позволяет удовлетворить такие специфические потребности, как изучение исторического, этнографического, а также архитектурного наследия, обычаев и ремесел, характерных для данного региона, ознакомление с местной народной одеждой, бытом, сбор фольклора, изучение местного языка или диалекта, любительская фотография, сбор трав и минералов. Доля сельского туризма в Республике Марий Эл пока невелика и на сегодняшний день составляет, по экспертным оценкам, 1,5-2 %. Однако здесь есть все предпосылки для развития этого вида туризма. Республика Марий Эл расположена в центре Европейской части Российской Федерации, в среднем течении Волги: большая часть республики располагается к северу от Волги, часть Горномарийского района – к югу.

В экономике Республики Марий Эл агропромышленный комплекс играет значимую роль (на протяжении многих десятилетий республика считалась и считается до сих пор аграрной). Его состояние и уровень развития во многом определяют социально-экономическую ситуацию в регионе. На долю сельского хозяйства в валовом региональном продукте республики приходится около 35 % [1]. В сельской местности проживает около 37 % населения РМЭ. При доле республики в валовом продукте Российской Федерации около 0,2 % доля сельского хозяйства региона в общероссийском производстве сельскохозяйственной продукции составляет около 1 % [2, с. 74].

Однако проблемы, возникшие в сельском хозяйстве еще во времена перестройки, до сих пор сказываются на доходах сельских жителей. О хозяйственных проблемах села говорится немало, но социальную напряженность, отток кадров, сложную демографическую ситуацию

создают еще и чисто бытовые проблемы: отсутствие жилья, низкие зарплаты, плохая инфраструктура, отсутствие перспективы и карьерного роста. Села пустеют, молодежь старается закрепиться в городе.

По данным Территориального органа федеральной службы статистики Республики Марий Эл, безработными являются 2 % трудоспособного населения, в том числе «городской» показатель – 0,8 %, а «сельский» – 4,04 %. При этом необходимо учитывать, что существует еще и скрытая безработица. Выходом в сложившейся ситуации можно считать развитие сельского туризма. Сельский туризм создает новые рабочие места и приносит реальный доход регионам, а также позволяет найти средства и способы для сохранения природы.

Развитие сельского туризма поможет решить основные социально-экономических проблемы села Республики Марий Эл, поскольку он может обеспечить:

- занятость сельского населения, в первую очередь женщин;
- рост доходов и повышение жизненного уровня сельских жителей при относительно небольших финансовых затратах;
- улучшение благоустройства усадеб и сел, развитие инженерной и социальной инфраструктуры;
- расширение ассортимента продукции приусадебного хозяйства;
- реализацию на месте продукции личного подсобного хозяйства, в частности, готовых продуктов питания;
- стимулирование охраны местных достопримечательностей, сохранение местных обычаев, фольклора, народных промыслов;
- повышение культурно-образовательного уровня сельского населения;
- может быть источником пополнения местных бюджетов дополнительными поступлениями;
- не требует значительных инвестиций и использует преимущественно частные источники финансирования, а капиталовложения быстро окупаются.

Список источников

1. <http://www.maristat.mari.ru/>
2. Статистический ежегодник «Республика Марий Эл» / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Марий Эл. Йошкар-Ола, 2013.
3. Концепция устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 г. М., 2011.
4. Государственная программа Российской Федерации от 27 декабря 2012 года № 2567-р «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 годы.

РАЗДЕЛ 3
**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА
ПО ВИДАМ И НАПРАВЛЕНИЯМ**

УДК 379.85

Васина С. М.,
канд. ист. наук, зав. кафедрой сервиса и туризма,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия, sveta.5.73@mail.ru

**СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ
И ЕГО РОЛЬ В РАЗВИТИИ РЕГИОНА
(на примере Республики Марий Эл)**

В статье рассматриваются особенности развития событийного туризма, его типы и виды. Автором дана характеристика национальных праздников, проведенных в Республике Марий Эл летом 2015 года. Сделана попытка проанализировать фольклорно-этнографический фестиваль «Земля предков», выявить его туристскую привлекательность.

Ключевые слова: туризм, событие, фестиваль, Республика Марий Эл, исследование.

EVENT TOURISM AND ITS ROLE
IN THE DEVELOPMENT OF THE REGION
(on the example of Mari El Republic)

The article considers the peculiarities of development of event tourism, its types and kinds. The author characterizes the national holidays in the Republic of Mari El in the summer of 2015 and an attempt is made to analyze the folklore-ethnographic festival «Land of ancestors», to identify its tourist appeal.

Keywords: tourism, event, festival, Mari El Republic, a study.

Туризм – одно из наиболее динамичных явлений современного мира. В последнее время он приобрел колоссальные темпы роста и масштабы влияния на уровень развития мирового сообщества в целом, а во многих странах является базовой отраслью экономики.

В последнее время на туристских порталах, в журналах активно обсуждается тема продвижения внутреннего рынка туризма в России. Некоторые исследователи считают, что ключом к раскрутке туристического рынка может стать именно событийный туризм. Событийные мероприятия остаются в памяти как одни из самых ярких моментов в жизни.

Мечтающих попасть в разряд тех редких избранных во всем мире, кто видел то, что больше никогда не произойдет, множество. Соответственно, одним из ресурсов для привлечения туристов, а значит и развития региона, может быть социальное действие, например, праздник. Масштабное событие поможет посредством туристского продукта показать традиции, историю того или иного региона, тем самым привлекая еще больше туристов.

Событийный туризм привлекает тем, что дает возможность получить новые знания, вовлекает туристов в творческий процесс, одновременно с этим удовлетворяя потребность в эмоциях и впечатлениях. Событийный туризм – это непреходящая атмосфера праздника, индивидуальные условия отдыха и незабываемые впечатления. Главная особенность событийного туризма – множество ярких неповторимых моментов [1, с. 121].

Существуют различные классификации данного вида туризма. Событийный туризм можно классифицировать по масштабу события (национального или международного уровня) и по тематике события. Выделяют несколько тематических видов: выставки, ярмарки, спортивные мероприятия, культурные события [2, с. 54].

Наиболее часто выделяют следующие виды событийного туризма: культурно-этнографический (национальные фестивали и праздники), деловой (семинары и конференции в местах исторического, культурного и научного значения), гастрономический (фестивали еды и напитков, дегустации), спортивный (олимпиады и чемпионаты), духовный (поездки к святым местам в дни религиозных праздников).

Следует сказать, что событийный туризм создает имидж региона и его широкую известность, увеличивает его инвестиционную привлекательность. Кроме того, событийный туризм – это доходная составляющая для места проведения. Среди всех видов событийного туризма особое место занимают праздники песни и фестивали национальной культуры, так как они уникальны по своей природе. Дело в том, что они не только объединяют в одно целое участников фестиваля, но и знакомят с жизнью, бытом, культурой того или иного народа зрителей. Они позволяют туристу, приехавшему на фестиваль, полностью погрузиться в атмосферу праздника, народного гуляния.

Зрителей на праздники и фестивали привлекают тяга к искусству, интерес к соревнованию между актерами, желание «поболеть» за своих, экзотичность программы в силу ее интернационального или национального характера [3, с. 64].

Фестивали национальной культуры – многолетняя традиция в общественной и культурной жизни каждого народа. Финальное мероприя-

тие является торжественным завершением широкого смотра достижений. Популярность подобных праздников такова, что творческие коллективы соревнуются между собой. В течение нескольких лет они непрерывно участвуют в смотрах, фестивалях и региональных конкурсах. Репертуар праздника усердно прорабатывается годами.

Фестивали национальных культур – это средство самовыражения людей, творческой силы художников, жизнеспособности национальной культуры, патриотизма. Ежегодно программы праздников становятся все более насыщенными, однако выстраиваются так, чтобы зрители могли познакомиться не только с национальной музыкой, песнями и танцами, но и со страной в целом. Именно поэтому на сегодняшний день фестивали национальных культур являются одной из самых привлекательных туристских дестинаций.

Перенимая мировой опыт, российские регионы активно создают новые событийные проекты, продвигают свежие инициативы или, наоборот, пытаются сделать туристические бренды из фестивалей и праздников, существующих давно у местного населения.

В Республике Марий Эл имеется большой опыт проведения событийных мероприятий. Очень богат календарь культурной жизни республики. В Марий Эл проводится несколько десятков общереспубликанских мероприятий, часть из которых ориентирована и на туристов.

Мониторинг интернет-порталов показал, что летом 2015 года потенциальный турист мог узнать о нескольких событийных мероприятиях, имеющих национальную специфику.

Первым по хронологии стал праздник «Пеледыш айо». Место проведения – Горномарийский район, д. Сиухино. Это традиционный праздник хоровых коллективов, вокальных ансамблей, солистов, музыкантов и артистов различных жанров. В программе фестиваля шествие творческих коллективов и гостей праздника, зажжение огня фестиваля, поднятие флага, встреча национального героя горномарийского народа - легендарного князя горных мари – Акпарса. Ключевым событием праздника является исполнение гимнов России и Республики Марий Эл тысячным хором в сопровождении сводного ансамбля гуслиров. В основном данное мероприятие рассчитано на жителей района и города Козь-модемьянска как его центра. Посещение фестиваля туристами единичны и не носят массового характера.

Одновременно с праздником в Горномарийском районе проходил национальный фестиваль и в г. Йошкар-Ола – «Пеледыш пайрем». Впервые праздник «Пеледыш пайрем» под названием «Йошкар пеледыш пайрем» (праздник красного цветка) был проведен в 1920 году.

В настоящее время праздник «Пеледыш пайрем» является неотъемлемой частью национальной культуры марийского народа. Пеледыш пайрем обычно состоит из двух частей – торжественно-официальной и развлекательной. В торжественную часть входит открытие праздника с поднятием флагов и подведением итогов весенне-полевых работ. Развлекательная часть включает в себя концерты, спортивные состязания, различные веселые конкурсы, аттракционы, игры. В Йошкар-Оле Пеледыш пайрем проходит как массовое народное гуляние. В программе праздника: костюмированное шествие по главным улицам города, торжественное открытие праздника на главной площади города, концерты, игры, конкурсы, спортивные состязания. Данное событийное мероприятие привлекает значительное число участников, в том числе и туристов, однако официальные данные по прибытию гостей отсутствуют.

Следующим по времени являлся межрегиональный фольклорно-этнографический праздник «Земля предков». Место проведения – Килемарский район, с. Арда.

«Земля предков» – это представление национального быта и культуры народов, проживающих на территории Приволжского федерального округа, ярмарка мастеров декоративно-прикладного искусства. Основная мысль мероприятия: возрождение и пропаганда самобытной народной культуры, изучение истории малой Родины, ее вековых национальных традиций и обычаев, развитие национальных культур народов Республики Марий Эл и воспитание толерантности среди населения к культурам других народов, укрепление творческих связей с регионами компактного проживания народа мари.

Хотелось бы подробнее остановиться на фольклорно-этнографическом празднике «Земля предков» и поделиться результатами проведенного в 2015 году исследования. Оно включало в себя анкетирование 100 участников фестиваля, интервьюирование организаторов и туристов. Целью исследования было изучение состава участников, их отношения к национальной культуре и к самому празднику.

Исследование показало, что значительная часть опрошенных зрителей праздника – это жители Йошкар-Олы и Килемарского района, затем идут Советский район, Куженерский и далее остальные районы Республики Марий Эл.

Большая часть опрошенных респондентов – на фестивале в первый раз (45 %), 20 % – второй раз, 15 % – третий раз, и что показательно – 10 % зрителей приезжают ежегодно, то есть 8 раз. Достаточно большой процент вновь прибывших на фестиваль говорит о том, что данное мероприятие становится более известным и посещаемым.

На вопрос «Откуда вы узнали о фестивале?» более половины опрошенных ответили, что узнали от друзей и знакомых – 57 %, 23 % – от коллег, 18 % – из СМИ. Достаточно большое число людей, узнавших о мероприятии от друзей и от коллег, связано с тем, что многие опрошенные являлись непосредственными участниками праздника и о времени проведения мероприятия узнавали непосредственно от организаторов праздника.

На вопрос «Как вы оцениваете организацию праздника»: «очень хорошо» – ответили 77 %, «нормально» – 21 % и 2 % – «могло быть лучше». В целом организация праздника большинство гостей устраивает. Однако в частных беседах были выявлены недостатки, связанные с расстановкой экспозиций и оборудованием мест для отдыха.

Несколько вопросов было связано с отношением гостей праздника к национальной культуре. Значительная часть участников (56 %) посещают культурные праздники и фестивали, 30 % респондентов смотрят по телевизору передачи о культуре, 8 % опрошенных находят сведения о культуре народов в Интернете. Таким образом, большинство респондентов интересуется национальной культурой и традициями. На вопрос «Как вы считаете, что больше всего объединяет людей одной национальности?»: 42 % ответили «общая культура, обычаи, традиции», 17 % – «общая земля», 14 % – «язык», 12 % – «история», 9 % – «религия». Следовательно, в первую очередь именно культура народа с его обрядами и традициями является объединяющим фактором, помогает воспитанию подрастающего поколения, выступает фактором идентичности в непростом, беспокойном современном мире.

Исходя из результатов проведенного исследования можно предложить определенные шаги для повышения привлекательности данного праздника. Так как большинство гостей мероприятия – жители Йошкар-Олы, то вполне возможно было бы туристским компаниям организовать трансфер до места проведения праздника. Кроме этого, незначительный процент узнавших о празднике через СМИ, следовательно, можно предложить проведение более широкой рекламной кампании, в первую очередь через турфирмы города Йошкар-Олы.

Таким образом, имеющие богатую историю национальные фестивали и праздники в Республике Марий Эл развиваются. Они являются важным фактором сохранения и популяризации традиционной марийской культуры и культуры других народов, населяющих Республику Марий Эл. Однако все эти мероприятия пока в очень незначительной мере ориентируются на туристов и не включаются в основные туристские маршруты, предлагаемые в республике.

Список литературы

1. Бабин А. В. Специальные виды туризма: учебное пособие. Ростов-на-Дону, 2008.
2. Глушко А. А., Сазыкин А. М. География туризма: учебное пособие. Владивосток, 2002.
3. Зачиняев П. Н., Фалькович Н. С. География международного туризма. М., 1972.

УДК 338.48

Газизьянова С. М.,
аспирант факультета экономики, менеджмента и туризма,
Казанский государственный институт культуры,
г. Казань, Россия, gama-saniya@mail.ru

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА: КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ, ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ, СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ (на примере Республики Марий Эл)

В статье раскрыты особенности развития туризма в Республике Марий Эл. Выявлены необходимые стратегические направления в развитии регионального туризма (культурно-исторического, экологического и сельского).

Ключевые слова: туризм, региональный туризм, культурно-исторический туризм, экологический туризм, сельский туризм, стратегия, стратегическое направление.

THE STRATEGIC DIRECTION OF REGIONAL TOURISM: CULTURAL-HISTORICAL TOURISM, ENVIRONMENTAL TOURISM, RURAL TOURISM (on the example of Mari El Republic)

The article reveals peculiarities of the development of tourism in the Republic of Mari El. You manifest – needed strategic direction in the development of regional tourism (cultural, historical, ecological and rural)

Keywords: tourism, regional tourism, cultural-historical tourism, environmental tourism, rural tourism, strategy, strategic direction.

Туризм на современном этапе развития общества является одним из инструментов оживления экономики и стимулирует развитие таких

сфер экономической деятельности, как услуги коллективных средств размещения, транспорт, торговля, производство сувенирной продукции, связь, общественное питание, сельское хозяйство, строительство. Туризм способен играть важную роль в решении социальных проблем, обеспечивая создание рабочих мест и занятость экономически активного населения, способствуя повышению благосостояния нации. ЮНЕСКО признает туризм одним из главных факторов культурного и гуманитарного развития. На долю туризма приходится более 3 процентов мирового валового внутреннего продукта, а с учетом мультипликативного эффекта – более 9 %. В туристской индустрии занято около 8 % работающего населения планеты. В ВВП Российской Федерации доля туризма несколько ниже мировой – 2,5 %, с учетом мультипликативного эффекта – более 6 %.

Республика Марий Эл относится к Приволжскому федеральному округу. Республика имеет самобытный в этнокультурном отношении состав населения, характеризующийся этническим, религиозным и языковым многообразием при бесконфликтном и органичном сосуществовании разных культурных традиций, что способствует развитию на территории культурно-исторического, экологического и сельского туризма.

В Республике Марий Эл в процентном соотношении проживают: 45,1 % русских, 41,8 % марийцев, 5,5 % татар и 7,6 % более 50 других национальностей [4]. В городском населении Йошкар-Олы и Волжска, а также ряде сёл в окрестностях Йошкар-Олы и на западе республики преобладают русские. В сельской местности преобладает марийское население, в Горномарийском районе – горные марийцы, по языку и культуре отличающиеся от луговых марийцев. В Звениговском районе расположено несколько чувашских сёл.

Республика Марий Эл расположена в европейской части России, на востоке Восточно-Европейской равнины, в средней части бассейна р. Волги. На протяжении 155 км по республике протекает самая длинная и многоводная река Европы - Волга. Вторая по величине река – Ветлуга. Обе реки - судоходные. Гидрографическую сеть республики составляет 476 больших и малых рек (включая реки Волгу и Ветлугу), около 700 озер общей площадью 2752 га, являющихся гордостью края. В долинах рек Илеть и Юшут сосредоточено большое количество минеральных источников, используемых для лечебных целей в санаториях, домах отдыха и больницах.

С точки зрения санаторно-курортной деятельности Республика Марий Эл наделена необходимыми природными ресурсами, на основе которых созданы санаторно-курортные зоны с необходимыми условиями

лечения и отдыха в санаториях-профилакториях, детских оздоровительных лагерях и других лечебных учреждениях (дома отдыха, турбазы). Наибольшей популярностью пользуются такие санатории как «Сосновый бор», «Лесная сказка», «Кленовая гора», в общий комплекс лечения которых входят не только традиционные методы лечения, такие как физиотерапия, ингаляция, «морские» ванны и другие, но и нетрадиционные – мануальная терапия, кумысолечение, фитолечение.

Климат республики умеренно континентальный с длительной холодной зимой и тёплым летом. Средняя температура летом +18...+20 °С. Территория Республики Марий Эл густо покрыта лесами: общая площадь лесов составляет 1415,5 тыс. гектаров.

К основным факторам, характеризующим выгодное экономико-географическое положение Республики Марий Эл, можно отнести:

- расположение республики в центре России;
- близость к транспортным магистралям федерального значения;
- выгодное расположение основных природных богатств республики (леса, сельскохозяйственных угодий) к потенциальным потребителям сырья;
- важное значение территории республики для решения природоохранных задач федерального и межрегионального уровня, в частности, связанных с состоянием бассейна Волги и крупных лесных массивов;
- прохождение через территорию республики магистральных газонефтепроводов.

По состоянию на январь 2015 года природно-заповедный фонд Республики Марий Эл включает 55 особо охраняемых природных объектов (ООПТ), в том числе:

- 2 ООПТ федерального значения:
 - Государственный природный заповедник «Большая Кокшага»;
 - Национальный парк «Марий Чодра»;
- 49 ООПТ регионального (республиканского) значения:
 - 9 государственных природных заказников;
 - 39 памятников природы;
 - 1 ботанический сад;
- 4 ООПТ местного (муниципального) значения [6].

Общая площадь ООПТ составляет 105,5 тыс. га (из них федерального значения – 58,303 тыс. га, республиканского – 46,7 тыс. га, местного – 0,508 тыс. га) или 4,5 % от общей площади республики.

В Республике Марий Эл уникальными достопримечательностями являются старый купеческий город Козьмодемьянск, замок Шереметева. Сегодня Марий Эл становится все более привлекательным регионом для

туризма. По итогам 2014 года ожидается, что республику посетят не менее 400 тыс. туристов и экскурсантов.

В 2014 г. около 15,0 тыс. жителей Республики Марий Эл выехали за ее пределы с туристическими целями [3].

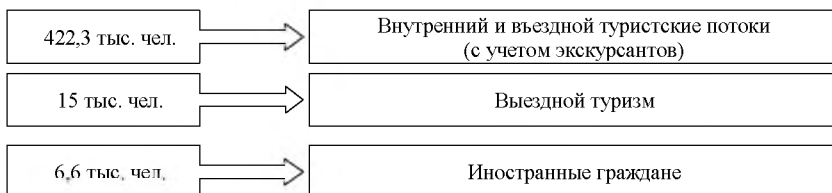


Рис.1 Динамика туристских потоков за 2014 год

Внутренний и въездной туристские потоки в Республике Марий Эл с 2005 по 2014 год увеличились в три раза (рис.2) [3].

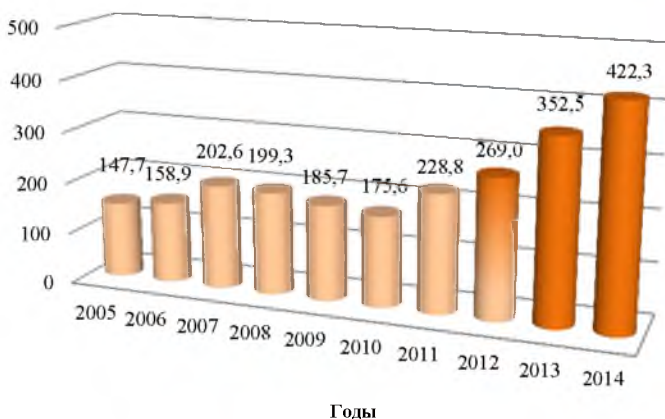


Рис.2. Динамика туристских потоков за 2005-2014 годы (тыс. чел.)

По данным Маристата, в структуре платных услуг населению услуги туриндустрии составляют более 6 % от всех видов оказанных в Республике Марий Эл услуг. Объем платных услуг, оказанных в 2014 году населению организациями сферы туризма, составил свыше 1,4 млрд рублей (в т.ч. 0,6 млрд рублей – туристские услуги, 0,3 млрд рублей – санаторно-оздоровительные услуги, 0,3 млрд рублей – услуги учреждений культуры,

0,2 млрд рублей – услуги гостиниц и аналогичных мест размещения), что на 13,3 % превышает аналогичный показатель за 2013 год [5].

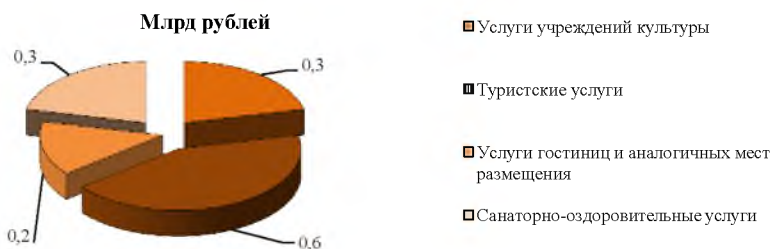


Рис.3. Объем платных услуг населению за 2014 год

Анализ динамики внутреннего, въездного и выездного туристских потоков позволят отметить положительные тенденции в части смещения потребительского спроса с выезда за пределы республики на прием российских и иностранных граждан на территории Республики Марий Эл, что благоприятно сказывается на социально-экономическом развитии региона. Столица Республики Марий Эл город Йошкар-Ола за последние годы заметно обновилась, являясь отдельным пунктом в каждом туристском маршруте. В последние годы в г. Йошкар-Оле были введены в эксплуатацию современные спортивные сооружения, позволяющие проводить чемпионаты и первенства всероссийского и международного уровня: физкультурно-оздоровительный комплекс «Спартак», Ледовый дворец «Марий Эл» и Ледовый дворец стадиона «Дружба», Дворец водных видов спорта, Водный дворец «Йошкар-Ола», реконструирован центральный стадион «Дружба», универсальный крытый легкоатлетический манеж – «Арена Марий Эл».

Как и во многих европейских странах, в нашей республике приобретает популярность сельский туризм – один из видов социального туризма, в котором люди со средним достатком имеют возможность проводить отпуска и выходные на природе, снимая недорогие домики в деревне. Сельский туризм может финансироваться из местного бюджета. Данный вид туризма позволяет недорого и доступно отдохнуть желающим; является спасением деревни (строительство новой дороги, реконструкция объектов деревенского быта; предоставление новых рабочих мест; развитие национальных промыслов и ремесел, изготовление сувенирной продукции).

Основным нормативно-правовым документом, регулирующим развитие сферы туризма в Республике Марий Эл, является государственная программа Республики Марий Эл «Развитие туризма в Республике Ма-

рий Эл на 2014-2020 годы», утвержденная постановлением Правительства Республики Марий Эл от 31 декабря 2013 г. № 450 [3].

Направления реализации программы:

1. Поддержание в актуальном состоянии и совершенствование нормативно-правовой базы, регулирующей сферу туризма в Республике Марий Эл.

2. Развитие туристской инфраструктуры.

3. Конкурсный отбор на соискание грантов Главы Республики Марий Эл в области внутреннего и въездного туризма в Республике Марий Эл.

4. Информационно-аналитическое обеспечение развития сферы туризма в Республике Марий Эл.

5. Продвижение туристских ресурсов Республики Марий Эл на мировой и внутренний туристские рынки.

6. Научное и кадровое обеспечение сферы туризма в Республике Марий Эл.

Из всего сказанного можно сделать вывод, что необходимыми направлениями в развитии регионального туризма (культурно-исторического, экологического и сельского) в Республике Марий Эл являются:

- создание внекурортных учреждений (мини-завод по розливу минеральных вод, производству лечебных грязей);

- создание комплекса туристско-рекреационного обслуживания отдыхающих и путешественников;

- совершенствование существующих туристских объектов, сферы обслуживания;

- организация новых туристских маршрутов (конных и байдарочных) с выходом на перспективные рекреационные территории;

- создание в пос. Кокшайск международного центра историко-культурного наследия финно-угров, инфраструктурное обеспечение фестивально-конгрессных мероприятий;

- организация домов отдыха, охотничьих и рыбачьих домиков и строений, гостиничных комплексов – усадеб, туристских деревень (охота зимняя, летняя; рыбная ловля; заготовка ягод, грибов, лекарственных трав; обучение ремеслам);

- улучшение имеющихся и создание высококлассных гостиничных комплексов на берегу реки Волга (г. Козмодемьянск), а также цепи малых гостиниц, частных пансионатов, кемпингов, придорожных гостиниц на основных маршрутных, внутренних и радиальных туристских трассах.

Таким образом, целью развития туризма Республики Марий Эл является комплексное развитие внутреннего и въездного туризма с учетом обеспечения экономического и социокультурного прогресса в республике.

К стратегическим направлениям развития туризма в Республике Марий Эл можно отнести:

- развитие внутреннего и въездного туризма;
- улучшение качества туристических услуг;
- улучшение и развитие комфортной информационной туристской среды, включая систему туристской навигации, знаки ориентирования, информацию о туристских ресурсах и программах районов;
- усиление роли туризма в просвещении и формировании культурно-нравственного потенциала населения районов республики;
- координация усилий всех районов по продвижению турпродукта республики.

Список литературы

1. Овчаров А. О. Туристический комплекс России: тенденции, риски, перспективы. М.: ИНФРА-М, 2009. 246 с.
2. Виноградова М. В. Стратегическое управление региональным туристским комплексом. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2009.
3. Комитет по туризму Республики Марий Эл. Планы, отчеты [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mari-el.gov.ru/komtut/Pages/>, свободный (дата обращения 04.10.2015).
4. Общая характеристика Республики Марий Эл [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mari-el.gov.ru/republic/Pages/>, свободный (дата обращения 10.10.2015).
5. Официальная статистика/Предпринимательство/Торговля и услуги [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://maristat.gks.ru/> свободный (дата обращения 11.10.2015).
6. Список особо охраняемых природных территорий Марий Эл [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> свободный (дата обращения 10.10.2015).

УДК 338.48-6:7/8 (470.343)

Васенин Д. В.,

канд. ист. наук, доцент кафедры истории и психологии,
Поволжский государственный технологический университет;

Иванов А. И.,

зам. директора ИТЦ «Царевококшайский Кремль»,
г. Йошкар-Ола, Россия

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННО-ТУРИСТСКОГО ЦЕНТРА «ЦАРЕВОКОКШАЙСКИЙ КРЕМЛЬ» В РАЗВИТИИ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В Г. ЙОШКАР-ОЛЕ

Культурный туризм базируется на понимании важной роли для человека культурно-познавательной деятельности. Новое понимание культуры в общественном развитии расширяет перспективы культурного туризма как ресурса регио-

нального развития. Более полное представление об этих сторонах человеческой жизни формируется в результате непосредственных контактов с носителями культуры, которые становятся возможными благодаря культурному туризму.

Ключевые слова: культурное наследие, экскурсионная работа, выставки

THE ROLE OF INFORMATION AND TOURIST CENTER «TSAREVOKOKSHAJSKY KREMLIN» IN THE CULTURAL PRESERVATION YOSHKAR-OLA

Cultural tourism is based on the understanding of the important role for human cultural activities. A new understanding of culture in social development increases the prospects of cultural tourism as a resource for regional development. A more complete idea about these aspects of human life is the result of direct contacts with the carriers of culture that are made possible by cultural tourism.

Keywords: cultural heritage, excursions, exhibitions

Актуальность изучения историко-культурного туризма объясняется тем, что несмотря на все трудности современный период является периодом развития новых тенденций в культурной жизни, возрождаются ранее забытые имена, памятники и события, по-новому оценивается историческое наследие. И поэтому для большинства российских регионов ориентация на культурный туризм становится одной из реальных возможностей экономического, социального и культурного подъёма. В отличие от городов центральной части России, в которых культурный туризм является источником постоянной прибыли и одним из главных факторов развития региона, города и регионы Поволжья с момента своего основания были ориентированы на развитие промышленности.

Отличительной чертой Республики Марий Эл последних лет стала ее открытость. С каждым годом в республику и ее столицу приезжает все больше гостей из других регионов страны, ближнего и дальнего зарубежья. Гости интересуются историей края, столицы, исторические и культурные достопримечательности, самобытное искусство марийских мастеров народных промыслов, национальные традиции. Поэтому сегодня одной из актуальных проблем дальнейшего развития Республики Марий Эл является определение её туристских возможностей.

Культурно-исторический комплекс «Царевококшайский Кремль» создан в 2009 г. в целях сохранения историко-культурной среды исторической части г. Йошкар-Олы, социально-культурного обслуживания горожан и гостей столицы республики, трансляции историко-культурного наследия региона, осуществления просветительской и образовательной деятельности среди населения, увеличения туристической привлекательности города и республики. Как отдельное учреждение государственное учреждение культуры Республики Марий Эл

«Культурно-исторический комплекс «Царевококшайский Кремль» начал свою работу с января 2010 г. В декабре 2012 г. ГБУК РМЭ «Культурно-исторический комплекс «Царевококшайский Кремль» переименован в ГБУК РМЭ «Информационно-туристский центр «Царевококшайский Кремль» с возложением на него ряда функций в сфере развития туризма.

Царевококшайский Кремль воссоздан на месте средневекового острога Царевококшайска, позже на этом месте располагалась Базарная площадь, затем площадь Революции. В течение столетий территория Кремля была центром административной, торговой, общественной жизни Царевококшайска, и сейчас, в начале XXI века, вновь обретает статус исторического центра города.

Перед строительством комплекса на его месте были проведены археологические раскопки, в ходе которых были получены уникальные данные по археологии столицы Республики Марий Эл. На двух участках раскопа удалось обнаружить остатки оборонительных сооружений – рва и вала царевококшайского посада, построенных в XVII веке. Десятки сооружений, обнаруженных при раскопках, относятся к XVIII – началу XX вв., когда на этом месте была рыночная площадь. Это остатки торговых лавок и ремесленных мастерских. Тысячи индивидуальных находок – монет, изделий ремесленного производства, ювелирных украшений и предметов вооружения – рассказали массу полезной информации о жизни древнего Царевококшайска. Благодаря масштабным раскопкам на месте строительства Царевококшайского Кремля стало возможным воссоздать менявшийся облик исторического центра города со времени его основания до начала XX века – от города-крепости до торгово-ремесленного центра окрестных земель.

Уникальна для нашего региона архитектура Кремля, воссозданная по образцу лучших памятников средневекового русского зодчества. Царевококшайский Кремль представляет собой замкнутый комплекс из четырех башен, объединенных стенами с проходными галереями. Вместе с воссозданными в последние годы архитектурными памятниками и реконструированной набережной Кремль образует уникальный архитектурный ансамбль, формирует неповторимый городской ландшафт исторической части столицы республики.

Архитектурная планировка Комплекса дает возможность для его многогранного функционального использования, осуществления различных видов и форм деятельности. Наряду с размещением части экспозиций под открытым небом территория позволяет проведение мероприятий различных форм – от музейно-выставочных до культурно-развлекательных, а также дает возможность, учитывая традиции про-

шлого, возобновления проведенных торговых ярмарок с участием мастеров традиционных видов народного промысла. С учетом акустических особенностей архитектуры территория комплекса позволяет организовывать фестивали и творческие конкурсы различных жанров и направлений. Царевококшайский Кремль включен в туристические программы «Три республики» и «Ретропоезд».

В настоящее время в открытой экспозиции Кремля экспонируются выставки «Археология Республики Марий Эл» и «Сказание о Царев Граде», рассказывающая об истории Царевококшайска XVI-начала XX вв., а также выставка реконструкций артиллерийских орудий XVI-XIX вв. «Сказание о Царев граде» представляет собой выставку, состоящую из 16 баннеров, размещенных в нишах по стенам комплекса, тематически разделенную на две части: история основания города и Царевококшайск XIX-начала XX вв.

Завершена работа по оформлению закрытых интерьерных диорам по истории и археологии республики (оформлено 8 закрытых диорам на территории площадки комплекса). В настоящее время диорамы находятся в открытом доступе для посетителей Царевококшайского Кремля и составляют единый тематический комплекс с расположенными в нишах по стенам открытыми экспозициями. Состоялось открытие экспозиции «Кабинет земского исправника» в памятнике истории и культуры «Дом земского исправника». В настоящее время продолжается работа по ее дооформлению и наполнению. В конце 2014 г. были дополнительно получены площади здания ОКН «Дом купца Наумова» и начата работа по их освоению.

Активно ведется в ИТЦ «Царевококшайский Кремль» научно-исследовательская работа. Основные направления исследований: археология и древняя история РМЭ, история Царевококшайска XVI-начала XIX вв., историческая реконструкция вооружения, обмундирования, предметов быта служилого сословия XVI в., г. Царевококшайск в XIX-начале XX вв.

Сотрудниками ИТЦ «Царевококшайский Кремль» проводится большая теоретическая и практическая работа по улучшению обслуживания посетителей Царевококшайского Кремля: разрабатываются и активно проводятся новые формы экскурсионной работы, такие как костюмированные («живые») экскурсии; помимо традиционного устного повествования, во время экскурсий для организованных групп различных возрастных категорий проводятся викторины, конкурсы, подвижные игры, показательные поединки исторических реконструкторов клуба «Волжский Путь», базирующегося на территории Кремля, разрабатываются и проводятся музейно-образовательные программы по архео-

логии и истории, игровые программы для детей младшего и среднего школьного возраста. По заявкам туристических групп организуются развлекательные программы фольклорных и эстрадных коллективов, проводятся лекции и устраиваются мастер-классы различной направленности. Подобные формы работы пользуются большим успехом у посетителей комплекса. В 2010 году в рамках первого республиканского фестиваля исторической реконструкции «Наследие» были проведены турнир по историческому фехтованию (в трех номинациях) и конкурс средневековых костюмов.

**Основные показатели деятельности ГБУК РМЭ
ИТЦ «Царевококшайский Кремль» за 2010-2014 гг.**

Виды деятельности	2010 г.	2011 г.	2012г.	2013г.	2014 г.
Организация экскурсий (ед.)	55	122	105	89	108
Организация выставок (ед.)	12	21	16	20	18
Посещаемость (тыс. чел.)	50	65	68	65	71,5
Доходы (тыс. руб.)	315	248	376	703	821,2

С успехом сотрудниками ИТЦ «Царевококшайский Кремль» проводится экскурсионная и экспозиционная работа. Количество экскурсий за четыре года (с 55 в 2010 г.) возросло почти в два раза (108 в 2014 г.).

Экскурсии проводились по Царевококшайскому Кремлю и исторической части города, а также обзорные по г. Йошкар-Оле, для организованных групп, в том числе для гостей города, официальных делегаций, студентов республиканских вузов и ссузов, школьников, учащихся дошкольных учреждений. Количество организованных выставок в 2014 г. увеличилось на 30% по сравнению с 2010 г. и составило 18 экспозиций. За 2010-2014 гг. их посещаемость возросла с 50 тыс. чел. до 71,5 тыс. чел. Доходы ИТЦ «Царевококшайский Кремль» в 2014 г. составили 821, 2 тыс. руб., что в 2,5 раза больше по сравнению с 2010 г.

ИТЦ «Царевококшайский Кремль», продолжая работу по освоению площадей комплекса, укрепляя материально-техническую базу учреждения и расширяя виды и формы социально-культурного обслуживания жителей и гостей республики, стал ресурсом развития историко-культурного туризма города Йошкар-Олы.

Список литературы

1. Биржаков М. Б. Введение в туризм. М.-С-Пб.: Издательский Дом «Герда», 2014. 544 с.
2. Мальшкін С. А., Ягодынская Н. В. Культурно-исторические центры России. М.: Академия, 2013. 320 с.

3. Полякова М. А. Культурное наследие России. История охраны и современное состояние. М.: РГГУ, 2015. 392 с.

4. Севастьянова С. А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2010. 256 с.

УДК 338.48

Сафина Г. М., магистрант,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

АНАЛИЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТУРИСТСКО-ИНФОРМАЦИОННОГО ЦЕНТРА В РЕСПУБЛИКЕ МАРИЙ ЭЛ

В статье рассмотрены основные направления функционирования туристско-информационного центра, дан анализ существующих проблем и описаны пути их решения в ближайшей перспективе.

Ключевые слова: туристско-информационный центр, инфопункт, туристские ресурсы, туристический маршрут, бренд региона.

ANALYSIS OF THE FUNCTIONING OF THE TOURIST INFORMATION CENTER IN THE REPUBLIC OF MARI EL

The article describes the main directions of functioning of tourist- information center, an analysis of existing problems and their solutions are described in the short term .

Keywords: tourist information center, information point, tourism resources, tourist route, place branding

Туристско-информационный центр, выполняющий функции формирования положительного имиджа Республики Марий Эл, находится еще в самом начале развития. С 1 января 2015 года начал работу туристско-информационный центр «Царевококшайский Кремль», расположенный в городе Йошкар-Оле. Он является структурным подразделением МБУК «Музей истории города Йошкар-Олы». ТИЦ специализируется на информационной поддержке, организации туристских маршрутов, проведении экскурсий, создании и распространении информационных материалов о туристическом потенциале города и планируемых событиях, проведении специальных мероприятий по формированию устойчивого бренда Йошкар-Олы как туристического центра; проводит обучение турволонтеров для работы с гостями города на инфопунктах.

У туристско-информационного центра города Йошкар-Олы действует свой сайт [2], где туристы и все желающие могут ознакомиться с

предоставляемыми услугами. Руководителями туристского центра создан уникальный логотип, который поможет туристам определить и распознать месторасположение ТИЦ. Также большое внимание уделяется рекламе и продвижению города Йошкар-Олы с помощью полиграфического материала. Сюда относятся несколько вариантов буклетов-открыток и газета-путеводитель на 2015-2016 гг., второй тираж которой был опубликован в этом году под названием «Йошкар-Ола: путеводитель по чудесному городу». Для активного продвижения газеты подключились и гостиницы города, которые, в свою очередь, тоже будут источником распространения информации о городе.

В апреле 2015 года реализован долгосрочный проект по развитию движения «туристских волонтеров». Миссия общественного движения – сделать всё возможное по созданию гостеприимной атмосферы и комфортного пребывания туристов в столице Республики Марий Эл. Главная цель проекта – развитие индустрии туризма республики и г. Йошкар-Олы и профессиональная адаптация молодежи. В планах организаторов – комплексная подготовка студентов-волонтеров Марийского государственного университета и Поволжского государственного технологического университета [1].

Образовательная программа в области туризма дает студентам уникальную возможность реализовать свои теоретические знания в реальных условиях индустрии гостеприимства. В программе обучения – тренинги, семинары, встречи с представителями турбизнеса и экспертами отрасли.

Несмотря на активно проводимую работу, у туристско-информационного центра есть некоторые проблемы, которые планируется решить в ближайшей перспективе. Проблема заключается в отсутствии координатора, выполняющего функции администратора туристско-информационного центра, осуществляющего планомерный и систематический учет количества обслуженных туристов и гостей столицы Республики Марий Эл. Обеспечить статистический учет туристов планируется к 2016 году.

Важным условием плодотворной работы ТИЦ является установка информационных стоек, позволяющих любому гостю республики оперативно получить качественную информацию о туристических возможностях региона. Подобную стойку планируется установить в ноябре 2015 года в здании МБУК «Музей истории города Йошкар-Олы». В перспективе здесь будет работать специалист-администратор туристско-информационного центра, который сможет оперативно проконсультировать туриста и помочь связаться с туроператорами.

Список литературы

1. Комитет Республики Марий Эл по туризму [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mari-el.gov.ru/komtutur/Pages/main.aspx>, свободный (дата обращения: 28.10.2015 г.)

2. Туристско-информационный центр г. Йошкар-Олы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://i-ola-visit.ru/>, свободный (дата обращения: 28.10.2015 г.)

УДК 338.48

Павлова Д. Б., магистрант,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ МАРИЙ ЭЛ

В статье автор сосредотачивает внимание на необходимости развития образовательного туризма в регионе и предлагает некоторые мероприятия по формированию положительного имиджа региона.

Ключевые слова: образование, имидж, туризм, факторы развития.

THE NEED TO DEVELOP EDUCATIONAL TOURISM IN THE REPUBLIC OF MARI EL

The author focuses on the need to develop educational tourism in the region and offers a number of activities to create a positive image of the region.

Keywords: education, image, tourism, development factors.

Образовательный туризм – один из видов туризма, включающий туристские поездки, в которых туристы совмещают отдых с обучением. Популярность образовательного туризма стремительно растет. Подавляющее большинство молодых людей в мире склоняются в сторону «полезного отдыха», и российская молодежь не отстает от мировых тенденций.

Согласно последним данным, сейчас в России рынок образовательного туризма находится в зачаточном состоянии. Самый распространенный вид образовательного туризма – это реализация языковых программ. Школьники и студенты составляют основную часть клиентов

образовательного туризма. Многие языковые туры комбинируют обучение с культурно-экскурсионной программой, с посещением пляжей, аквапарков и другими развлекательными составляющими.

В Республике Марий Эл практикуются учебные поездки с целью изучения иностранного языка, научные и учебные стажировки, молодые люди участвуют в семинарах, конференциях, съездах, конгрессах, творческих мастерских и мастер-классах. Но образовательного туризма, целью которого является ознакомительная поездка в учебное заведение, знакомство с городом и всеми его достопримечательностями, в нашей республике нет, как и в ближайших регионах, таких как Татарстан, Чувашская Республика, Кировская область.

Йошкар-Ола – крупный туристский и образовательный центр Поволжья. Проведение экскурсии по городу, а также по Поволжскому государственному технологическому университету увеличит количество абитуриентов, желающих поступить в ПГТУ. Впечатления от города и вуза, получаемые туристами-школьниками, колоссальны и незабываемы и вероятность их поступления в наш вуз очень высокая.

Ознакомительные экскурсии по Поволжскому государственному технологическому университету, по его основным научным, культурно-образовательным, спортивным сооружениям, организация встреч с руководством вуза – ректоратом, с директорами институтов, с деканами факультетов, а также организация ознакомительной экскурсии по городу Йошкар-Оле повысит во многом имидж университета и города в целом.

УДК 379.85

Логинова Н. Э., магистрант,
Поволжский государственный технологический университет,
директор Музея истории города Йошкар-Олы,
г. Йошкар-Ола, Россия, loginovan21@gmail.com

ЙОШКАР-ОЛА – ЧУДЕСНЫЙ ГОРОД: ТУРИСТСКИЙ БРЕНД РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ

В статье представлена информация о становлении и продвижении туристского потенциала города Йошкар-Олы на международном и российском туристских рынках за последние два года.

Ключевые слова: туризм, развитие туризма в Йошкар-Оле, туристско-информационный центр.

YOSHKAR-OLA IS A WONDERFUL CITY: TOURIST BRAND OF THE REPUBLIC OF MARI EL

The article provides information about the formation and promotion of tourist potential of the city of Yoshkar-Ola in Russian and international tourist markets over the past two years.

Keywords: tourism, tourism development in Yoshkar-Ola, tourist information centre.

В 2014 году Йошкар-Ола отметила свое 430-летие. За это время наш город прошел долгий путь от провинциального Царевококшайска до столицы Республики Марий Эл. Исторический опыт, накопленный нашим городом за четыре столетия, заслуживает признательности и глубокого уважения.

Столица Марий Эл хорошеет с каждым днем, все больше становится городом, которым по праву можно гордиться – современным, красивым, уютным, где хочется жить, работать, отдыхать, растить детей и принимать гостей.

В судьбе Йошкар-Олы произошло немало перемен, ярких и значимых событий. За последнее время она стремительно меняет свой архитектурный облик и преобразается на наших глазах. Сегодня город Йошкар-Ола – это город с неповторимым архитектурным стилем и особым настроением.

Стремительное изменение внешнего облика города Йошкар-Олы с 2008 года дало возможность для развития в городе въездного туризма.

В 2008 году в Музее истории города Йошкар-Олы состоялась презентация турпродукта «Три республики – три культуры» для туроператоров и прессы. Будущее архитектурное преобразование нашего города было представлено на макете центра города и набережной, градостроительных планах. Тогда почти все присутствующие в один голос сказали, что невозможно будет реализовать такой грандиозный проект. Но прошло не так много времени, и мы видим фантастическое преобразование столицы республики.

С 1 января 2015 г. при Музее истории города Йошкар-Олы при поддержке администрации города был открыт туристско-информационный центр г. Йошкар-Олы. В центре внимания музея и ТИЦ развитие культурно-исторического познавательного туризма на территории столицы Республики Марий Эл: классические и нестандартные автобусные и пешеходные маршруты по Йошкар-Оле; маршруты с национальным, военно-патриотическим, культурно-историческим содержанием; детские и молодежные интерактивные программы по истории города; русские традиционные праздники и молодежные вечера с фольклорным

объединением «Царёв город». На сайте музея реализован проект «Виртуальная Йошкар-Ола», в разработке – интерактивная карта города Йошкар-Олы и электронный каталог городских объектов.

В целях продвижения туристского направления на международном и внутреннем туристских рынках ежегодно весной туроператором по внутреннему туризму ООО «Матур» организовывается рекламный тур по Республике Марий Эл и г. Йошкар-Оле для представителей турбизнеса России.

С 3 по 6 июля 2014 года Комитетом Республики Марий Эл по туризму совместно с Федеральным агентством по туризму в рамках федеральной целевой программы по развитию туризма в Российской Федерации до 2018 года проведен фестиваль-презентация туристских ресурсов «Малые города России» [3, с. 2]. В фестивале приняли участие более 150 специалистов в сфере туризма из регионов России.

В рамках данного мероприятия был проведен пресс-тур с посещением основных культурно-исторических достопримечательностей городов Йошкар-Олы и Козьмодемьянска, участие в котором приняли более 10 представителей туроператорских организаций и средств массовой информации из регионов РФ.

По итогам пресс-тура были заключены соглашения о намерениях по приему и обслуживанию туристов на территории Республики Марий Эл и города Йошкар-Олы.

В течение 2014-2015 гг. Музей истории города Йошкар-Олы, представители туристической Республики Марий Эл принимали участие в международных, всероссийских и межрегиональных мероприятиях в сфере туризма, на которых был представлен туристский потенциал города и республики. Отметим наиболее значимые события:

- выставка-ярмарка «Покупайте мариэльское!» (февраль 2014, 2015 гг., г. Йошкар-Ола);

- международная туристская выставка «Интурмаркет-2014», «Интурмаркет-2015» (март 2014, 2015 гг., г. Москва). Презентация Республики Марий Эл в 2015 году проходила очень ярко и интересно. Приятным и неожиданным завершением её был розыгрыш подарков, главным среди которых стал двухдневный тур для двоих в столицу Марий Эл «Йошкар-Ола - чудесный город» (победителем стала московская семья, которая в июне 2015 г. посетила наш город);

- специализированная выставка «KITS-2014», «KITS-2015» (апрель 2014-2015 гг., г. Казань);

- III Всероссийская открытая ярмарка событийного туризма «Russian Open Event Expo» (май 2014 г., г. Москва);

- Международный туристско-информационный слет «ВзаимоДействие» (сентябрь 2014 г., г. Смоленск);

- международный фестиваль музеев «Интурмузей – 2015» (июнь 2015 г., г. Москва) и многие др. [3, с. 3].

Значительное место в работе занимает информационное сопровождение развития туризма в городе: функционирует Официальный интернет-портал Комитета Республики Марий Эл по туризму, запущен сайт туристско-информационного центра г. Йошкар-Олы www.i-ola-visit.ru, осуществляется сопровождение страниц в социальных сетях «ВКонтакте», «Facebook», «Instagram», создан канал «Йошкар-Ола туристическая» на интернет-сервисе YouTube; активно используются цифровые (мобильные) специализированные интерактивные приложения для смартфонов iPhone (путеводитель по Республике Марий Эл), приложения TopTripTip; пользователи iPhone могут бесплатно скачать приложение в AppStore. В 2014 году в сети Интернет размещен электронный путеводитель по г. Йошкар-Оле «Красный город» [3, с. 3-4].

В 2014 г. Комитетом Республики Марий Эл по туризму совместно с Министерством культуры, печати и по делам национальностей Республики Марий Эл был издан путеводитель г. Йошкар-Олы «Йошкар-Ола - чудесный город» [1]. Изданы туристическая карта г. Йошкар-Олы, паспорт туриста. Туристско-информационным центром выпущены буклеты «Йошкар-Ола – сказка наяву», «Город-загадка», активно разрабатывается сувенирная продукция [3, с. 4]. В настоящее время готовится к запуску проект «Карта гостя», рассчитанная на индивидуальных туристов.

В августе прошлого года Комитет Республики Марий Эл по туризму совместно с кафедрой маркетинга Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова провёл образовательный семинар «Туристы в музее. Маркетинговые аспекты взаимодействия» [3, с. 4]. В мероприятии приняли участие сотрудники учреждений культуры, музеев и туроператоры. Необходимо отметить, что все музеи города Йошкар-Олы (Музей истории города Йошкар-Олы, Национальный музей Республики Марий Эл им. Т. Евсеева, Музей изобразительных искусств, Национальная художественная галерея) активно работают с туристами, предлагая различные формы – от классической экскурсии до музейно-образовательных программ и мастер-классов, разрабатывают специальные маршруты и программы для индивидуальных туристов.

Весной текущего года туристско-информационный центр организовал обучение волонтеров-студентов Поволжского государственного технологического и Марийского государственного университетов, которые с 1 мая по выходным и праздничным дням работают на городских площадках.

Итогом развития внутреннего и въездного туризма стало повышение объёма туристских потоков в нашу республику, который в 2014 году составил 422,3 тысяч человек [3, с. 4]. По данным Комитета Республики Марий Эл по туризму, за 9 месяцев 2015 года число туристов пре- высило 480,3 тысяч человек.

Действительно, менее чем за десять лет провинциальному городу Йошкар-Оле удалось полностью изменить свой облик. Неординарный архитектурный ландшафт, законченность нового городского ансамбля, яркость красок и разнообразие форм – всё это создает подлинное ощущение чуда в реальном пространстве и времени. Преображение города называют историческим феноменом современной России.

Список литературы

1. Йошкар-Ола – чудесный город. Путеводитель. Йошкар-Ола: Министерство культуры, печати и по делам национальностей Республики Марий Эл, 2014. 47 с.

2. Динамика туристского потока в Республике Марий Эл 2005-2014 гг. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mari-el.gov.ru/komtut/Pages/plans.aspx> (дата обращения 29.10.2015).

3. Информация по деятельности Комитета за 2014 год [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mari-el.gov.ru/komtut/Pages/plans.aspx> (дата обращения 29.10.2015).

4. Официальный сайт Комитета Республики Марий Эл. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mari-el.gov.ru/komtut/Pages/plans.aspx>.

5. Официальный сайт Туристско-информационного центра г. Йошкар-Олы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://i-ola-visit.ru/>.

УДК 379.85

Якимова О. В., магистрант,

Васина С. М.,

канд. ист. наук, зав. кафедрой сервиса и туризма,

Поволжский государственный технологический университет,

г. Йошкар-Ола, Россия

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА МЕЖДУНАРОДНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

В статье анализируется международный образовательный туризм в условиях глобализации, исследуется современное состояние рынка международного образовательного туризма в России и в Республике Марий Эл.

Ключевые слова: международный образовательный туризм, образовательные туры, обучение за рубежом, глобализация, статистика туризма.

ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF THE MARKET OF INTERNATIONAL EDUCATIONAL TOURISM

The article presents an analysis of the international educational tourism in the context of globalization. The case study of the situation on the market of international educational tourism covers Russia and the Republic of Mari El.

Key words: international educational tourism, educational tours, foreign education, globalization, tourism statistics.

Международный туризм играет все более заметную роль в глобализации мировой экономики. Начало нового тысячелетия было отмечено не только подъемом международного туризма, но и появлением новых тенденций в развитии данной отрасли, в частности развитием образовательного туризма как одного из видов туризма, где целью поездки является обучение. Образовательный туризм можно рассматривать как форму организации образовательного процесса, осуществляемого за рамками основного образовательного учреждения. Образовательный туризм становится динамично развивающимся самостоятельным направлением как в образовании, так и в туристической отрасли, в рамках которого реализуются принципы непрерывности, инклюзивности и доступности образования, поскольку в образовательный процесс включаются люди всех возрастов и социальных групп.

Если оценивать долю выезжающих за рубеж в целях получения образовательных услуг, то она не слишком велика по сравнению с другими видами туризма, но перспективность развития этого направления во многом будет зависеть от состояния сферы образования в нашей стране, успешности развития научных направлений, как в нашей стране, так и за рубежом, от сферы личных контактов между преподавателями и учащимися отечественных и зарубежных учебных заведений, от личной инициативы обучающихся. [1]

Необходимо отметить, что статистика поездок с образовательными целями зависит от ряда факторов. Одна из проблем состоит в том, что обучение нередко комбинируется с другими видами занятий. Например, изучение иностранных языков в летних специализированных лагерях обычно сочетается с отдыхом и развлечениями. Другой пример относится к обучению по долгосрочным академическим программам в зарубежных университетах, когда студенты выкраивают время, чтобы совершить познавательные поездки по стране, и вынуждены для этого подрабатывать. В обоих случаях главным мотивом и первостепенным видом деятельности посетителей является обучение. На этом основании их поездки квалифицируются как образовательные. Еще одна проблема

статистического учета таких поездок проистекает из того, что образовательная программа может длиться несколько лет, и приезжие слушатели часто предпочитают все это время проводить по месту учебы, не прерывая пребывание и не возвращаясь на постоянное место жительства, например во время каникул. Такие продолжительные поездки (12 и более месяцев подряд) не являются туристскими и не учитываются в статистике туризма [2, с. 60].

Для оценки современного состояния развития международного образовательного туризма был исследован рынок услуг по организации международного образовательного туризма. В качестве метода исследования был выбран анализ веб-страниц туроператоров России и в Республике Марий Эл. В исследовательскую базу были включены сайты:

- ведущих туроператоров России и мира: Pegas Touristik, Tez Tour, ОТИ Россия, НТК «Интурист», Библио Глобус, Анекс Тур, PAC GROUP, TUI, Натали-Турс, Трансаэро Тур;

- ряда образовательных агентств, ведущих туристическую деятельность г. Москвы и Йошкар-Олы: студенческое агентство STAR Travel (Москва), департамент образования за рубежом компанией BSI Group (Москва), агентство международного образования «Инсайт-Лингва (Москва); компания ИТЕС, Центр международных образовательных программ «Золотой песок» в Республике Марий Эл и Чувашской Республике, лингвистическая школа НОУ «ЛИК» (Йошкар-Ола);

- туристических агентств Республики Марий Эл.

В процессе анализа материалов веб-страниц внимание уделялось степени представленности образовательного туризма в сфере деятельности компании или учреждения и характеристикам образовательного туризма как понятия. Анализ показал, что как такового «образовательного туризма» не предоставляет ни одна заявленная компания, кроме PAC GROUP. Туроператор PAC GROUP предлагает образовательные туры в Великобританию, Ирландию, Францию, Италию, Швейцарию, на Мальту и на Кипр. Компания организует разнообразные программы обучения взрослых и детей европейским языкам: английскому, французскому, итальянскому и немецкому [5]. Следует отметить, что некоторые из остальных вышеперечисленных туроператоров занимаются организацией экскурсионной деятельности и отдыха с детьми, например, Tez Tour, НТК «Интурист», Трансаэро Тур и Библио Глобус.

Образовательный туризм не является отдельным направлением деятельности этих компаний, однако у клиентов существует возможность заказать определенное количество организованных экскурсий с образовательными целями или приобрести экскурсионный пакет в зависимости от направления путешествия. Интересным является тот факт, что в

российском и мировом туризме наблюдается тенденция к росту детского туризма и отдыха с образовательной составляющей. Тем не менее низкий процент образовательных туров у ведущих компаний может объясняться отсутствием массовости путешествий данного сегмента, поэтому и организацией таких путешествий, как правило, занимаются специализированные компании, совмещающие образовательные и туристские услуги. Среди таких компаний в России можно назвать студенческое агентство STAR Travel (Москва), департамент образования за рубежом компанией BSI Group (Москва), агентство международного образования «Инсайт-Лингва (Москва); Центр международных образовательных программ «Золотой песок» в Республике Марий Эл и Чувашской Республике, лингвистическая школа НОУ «ЛИК» (Йошкар-Ола).

Результаты поиска также показали, что если в России инициативу организации образовательных туров и путешествий взяли на себя мелкие туристические агентства, языковые школы, частные образовательные организации, то мировые тенденции свидетельствуют о возрастающей роли университетов в реализации подобных туров. Наибольшее количество ссылок на образовательный туризм среди зарубежных сайтов приходится именно на сайты университетов и колледжей. Следовательно, основной категорией образовательных туристов за рубежом являются студенты, привлечение которых в конкретный вуз способствует повышению его конкурентоспособности и интернационализации высшего образования.

Что касается Республики Марий Эл, то анализ показал, что из 62 туристических агентств Республики Марий Эл по состоянию на 01 января 2015 года лишь 27 предлагают образовательные туры, что составляет 44 %. Среди направлений традиционно лидирует Мальта, Великобритания. Школьники и студенты Республики Марий Эл интересуются также турами в США, Чехию, Ирландию, Финляндию, Германию, Канаду, Францию, Швейцарию, Новую Зеландию. Процент взрослого населения, интересующего образовательными турами, незначителен. К сожалению, Комитет по туризму Республики Марий Эл не ведет статистику по выездному туризму, поэтому трудно оценить масштаб распространения международного образовательного туризма в регионе [4].

Нужно отметить, что российские туроператоры, предлагающие обучение за рубежом, переживают не лучшие времена - количество желающих выехать за границу уменьшается. По словам опрошенных RATA-news туроператоров, «рынок несколько последних лет стабильно развивался с годовым приростом 20-30 %, но сейчас объемы продаж откатились на позиции периода 2009-2010 годов» [3]. Тем не менее в отдельных компаниях и на отдельных направлениях образовательного

туризма ситуация складывается по-разному. Например, для компании «Инсайт Лингва» 2014 год прошел не так уж и плохо: снижение продаж составило всего 10-20 %. Популярными были летние языковые курсы в Великобританию, академическое образование (обучение от года до нескольких лет) в британских школах, колледжах, университетах. Повысился интерес к обучению в Германии, Чехии, Финляндии, где иностранным студентам не приходится платить за обучение. Самое существенное уменьшение спроса показали групповые программы в США. Массовый отказ в 2014 году от забронированных заранее туров был связан с санкционным конфликтом.

Таким образом, рынок международного образовательного туризма в условиях глобализации международных отношений и интернационализации образования представляет собой быстро развивающийся сектор экономики туризма. Проведенный анализ предложений крупных туроператоров России, образовательных и туристических агентств России и Республики Марий Эл позволил дать оценку рынка международного образовательного туризма. В целом он пока он еще находится на стадии формирования, хотя данный вид туризма получил достаточную популярность среди потребителей.

Список литературы

1. Кузнецова О. И., Фодоря А. Ю. Международный образовательный туризм как направление социокультурной деятельности // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии: сб. ст. по материалам XXXII Международ. науч. конф. Новосибирск, 2013. С.60-67.
2. Статистика туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. А.Ю. Александровой. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 464 с.
3. Официальный сайт ежедневной электронной газеты Российского союза туриндустрии RATA-news [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ratanews.ru>
4. Официальный сайт комитета по туризму Республики Марий Эл [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mari-el.gov.ru/komtur/Pages/main.aspx>
5. Официальный сайт туроператора PAC GROUP [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pac.ru>

УДК 379.822(470.325)

Шопина Е. В.,

канд. техн. наук, доцент кафедры технологии машиностроения;
lena_shopina@mail.ru;

Стативко А. А.,

канд. техн. наук, профессор кафедры технологии машиностроения;
Тараник А. О., студентка,

Белгородский государственный технологический
университет им. В. Г. Шухова, г. Белгород, Россия

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

В данной статье изложена информация об историко-культурном туризме в городе Белгороде и Белгородской области, выдающихся личностях этого края, их достижениях, культовых исторических событиях, происходивших на данной территории.

Ключевые слова: музей-диорама, В. Г. Шухов, Н. Ф. Ватутин, Прохоровское поле, Курская битва.

THE CULTURAL HERITAGE TOURISM IN BELGOROD REGION

This article presents the information about cultural heritage tourism in Belgorod and Belgorod region, about the outstanding people of the region, their achievements, epochal historical events, which took place at this territory.

Keywords: diorama museum, V. G. Shukhov, N. F. Vatutin, Prokhorovka field, Kursk battle.

Для классификации рекреационной деятельности (в данной работе понятия «рекреационная деятельность» и «туристическая деятельность» авторы понимают как синонимы) существуют разные подходы. По цели или главным мотивациям путешествия предлагаются следующие виды туризма. По мнению американского учёного В. Смита (V. Smith), существуют шесть категорий туризма [1]: этнический туризм; культурный туризм; исторический туризм; экологический туризм; рекреационный туризм; деловой туризм. Украинский учёный Н. П. Крачило предложил шесть видов туризма [2]: курортно-лечебный; культурно-развлекательный; спортивный; познавательно-деловой; религиозный; промысловый.

Историко-культурный туризм играет важную роль в формировании и развитии туристических городов. В территориальных рекреационных системах – ТРС (В. С. Преображенский, 1971) [3] подсистемы природ-

ных и культурных комплексов являются ядрами их туристической атрактивности. С повышением уровня культуры населения историко-культурный туризм играет более важную роль в развитии туристических центров. Места сохранения памятников истории и культуры формируют туристические районы, узловыми, фокусными точками которых являются туристические города. Поэтому именно туристические города служат конечными целевыми местами туристов.

Белгородская область занимает особое место на туристском рынке России. Она обладает богатыми возможностями использования природных и антропогенных ландшафтов, культурно-исторического и природного наследия для развития различных видов отдыха и туризма.

Область занимает выгодную экономико-географическую позицию, которая определяется ее южным положением, высокой степенью освоенности и заселенности, соседством с развитыми экономическими регионами России, развитой транспортной инфраструктурой.

Большую часть памятников истории на территории Белгородской области составляют памятники воинской славы и воинские захоронения. Среди них Дом-музей генерала армии Н. Ф. Ватутина, государственный военно-исторический музей-заповедник «Прохоровское поле», Белгородский государственный историко-художественный музей-диорама «Курская битва. Белгородское направление», многочисленные исторические памятники, в том числе памятник В. Г. Шухову.

Легендарный генерал Советской Армии Николай Федорович Ватутин (1901-1944) родился в крестьянской семье в селе Чепухино Курской губернии (ныне село Ватутино Валуйского района Белгородской области). Во время Гражданской войны участвовал в боях против войск Махно в районе Луганска и Старобельска. После войны командовал взводом, ротой, служил в штабе 7-й стрелковой дивизии. Перед Великой Отечественной войной, в июне 1941 года, Николаю Федоровичу было присвоено звание генерал-лейтенанта. С началом войны Ватутин назначен начальником штаба Северо-Западного фронта. При обороне Новгорода он возглавил оперативную группу советских войск, участвовал в сражениях на подступах к Ленинграду, принимал участие в разработке и подготовке и осуществлении Сталинградской операции. В марте 1942 г. Ватутин назначается командующим Воронежским фронтом, который сыграл большую роль в Курской битве. После войны Николай Федорович Ватутин был посмертно представлен к званию Героя Советского Союза. Его боевая деятельность была отмечена орденами Ленина и Красного Знамени [4].

Музей им. генерала армии Н. Ф. Ватутина был создан по решению правления колхоза в 1950 году. Первым директором музея на обще-

ственных началах была сестра Николая Фёдоровича Ватутина – Дарья Фёдоровна. Родственники Николая Фёдоровича собрали личные вещи полководца, предметы сельского быта, семейные фотографии. Так появилась первая экспозиция, которая отражала детские и юношеские годы, быт семьи, а также военную деятельность генерала. Музей располагался в родовом доме, который был построен в 1849 году. Немного позже односельчане отремонтировали старый дом.

В 1985 году в связи с сорокалетием Победы советского народа в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. по решению горкома КПСС города Валуйки, правления колхоза имени Ватутина было решено открыть Дом-музей Героя Советского Союза генерала армии Николая Фёдоровича Ватутина. Для этого был увеличен музейный фонд.

Муниципальное учреждение культуры «Дом-музей генерала армии Н. Ф. Ватутина» (рис.1) имеет два здания: дом, в котором родился генерал, и дом матери, который был построен солдатами 1-го Украинского фронта в 1944-1945 гг.



Рис. 1. Дом-музей генерала армии Н.Ф. Ватутина

С 1985 г. основная экспозиция была переведена в дом, построенный солдатами 1-го Украинского фронта для семьи Н. Ф. Ватутина.

Экспозиция, которая была создана в доме-музее, размещалась в 4-х комнатах. В основу экспозиции были заложены историко-хронологический и комплексно-тематический принципы. Данная экспозиция сыграла заметную роль в военно-патриотическом воспитании школьников, молодёжи, других категорий населения региона.

Однако на современном этапе развития общества возникла необходимость в создании новой экспозиции, пополненной новыми материалами с учётом имеющейся музейной базы, современных методологических подходов в исторической науке и музейной практике.

Новая экспозиция была открыта в 2001 году к 100-летию со дня рождения Героя Советского Союза генерала армии Н. Ф. Ватутина.

Ныне действующая экспозиция создана авторским коллективом сотрудников Белгородского государственного историко-художественного музея-диорамы «Курская битва. Белгородское направление» и сотрудниками музея Н. Ф. Ватутина.

Село Прохоровка было основано в 1868 г., однако обитаемой эта земля стала задолго до этой даты. По свидетельству преподобного Нестора, более тысячи лет назад славяне заняли эти земли и стали называть их Севером. Отсюда впоследствии пошло название реки, берущей начало в Прохоровском районе, – Северский Донец.

Во время Великой Отечественной войны, в ноябре 1941 года, в Прохоровке и на прилегающих к ней хуторах разместились немецкие войска. Оккупация продолжалась 15 месяцев. Немцы сожгли более 600 военнопленных солдат и офицеров, повесили и расстреляли 600 невинных жителей района, еще около 300 человек взяли в плен в Германию. 12 июля 1943 года в ходе Курской битвы под Прохоровкой произошло самое крупное во время Великой Отечественной войны танковое сражение. Свой вклад в победу в битве на Курской дуге внесли и простые жители района: благодаря их труду к началу сражения были подготовлены мощнейшие линии укреплений. Всего за 32 дня был построен участок железной дороги протяженностью 95 км, соединяющий г. Старый Оскол и поселок Ржаву.

Государственный военно-исторический музей-заповедник «Прохоровское поле» – это многофункциональный комплекс, объединяющий различные объекты, служащие увековечиванию и популяризации подвига советского народа, совершенного им во время Великой Отечественной войны. Мемориальный комплекс на танковом поле представляет собой обширную благоустроенную территорию с расположенными на ней мемориальными сооружениями и памятниками, главным является Памятник Победы – Звонница.

Звонница (рис. 2) установлена на высоте 252,2 м, где 12 июля 1943 года находился эпицентр Прохоровского танкового сражения. Памятник, сооруженный по проекту В. М. Клыкова, Р. И. Симерджиева, Г. К. Силохина, был торжественно открыт 3 мая 1995 года. Звонница состоит из 4-х беломраморных пилонов, которые олицетворяют 4 года войны. Горельефы их фасадов рассказывают о героизме и вере защитников Отечества. Венчают пилоны золотая сфера – символ солнца, исторический символ Российской державы. Сфера украшена лавровым венком – символом славы всех павших на поле боя. Над сферой возвышается семиметровая скульптура Покрова Пресвятой Богородицы – заступницы

и защитницы России. Неподалеку от Звонницы расположена выставка бронетехники времен Великой Отечественной войны.



Рис. 2. Звонница

Музей «Третье ратное поле России» открыт 2 мая 2010 года. Экспозиция расположена на площади более 2 тыс. кв. м, в ней представлены документы, фотографии, предметы вооружения, нумизматика, мемориальные предметы и многие другие экспонаты. Особое внимание уделялось оформлению музейной площади. Центральное место здесь занимает скульптурная композиция «Танковое сражение под Прохоровкой. Таран» (автор Фридрих Сокоян).

Архитектурно-скульптурный ансамбль музейного комплекса находится в композиционном единстве с храмом Святых Первоверховных Апостолов Петра и Павла, который сооружен к 50-летию Победы в память о воинах, погибших в Прохоровском сражении (архитектор Д. С. Соколов).

Культурно-исторический центр музея-заповедника является одним из лучших в регионе. В нем расположена библиотека Н. И. Рыжкова. Уникальность библиотеки состоит в том, что ее фонд комплектуется по принципу благотворительности частных лиц, книжных издательств, организаций, писателей, общественных деятелей. Основа фонда - книги из личной коллекции Н. И. Рыжкова [5].

Белгородский государственный историко-художественный музей-диорама «Курская битва. Белгородское направление» начал свое существование 9 мая 1985 г., когда в новом здании был открыт Зал боевой

славы и началась работа над созданием полотна и диорамы, посвященных крупнейшему танковому сражению Второй мировой войны.

4 августа 1987 г. Музей-диорама «Огненная дуга» (рис. 3) был торжественно открыт. Уникальное художественное полотно площадью 1005 кв. м (67x15м) и предметный план площадью 500 кв. м воспроизводят основные боевые эпизоды событий Прохоровского танкового сражения.



Рис. 3. Музей-диорама «Огненная дуга»

4 августа 1993 г. в музее была открыта постоянно действующая экспозиция «На земле опаленной». Предметы, фотографии, документы рассказывают о событиях Курской битвы и ее участниках.

В 2007-2008 гг. в экспозиции установлены сенсорный киоск с презентациями по военной тематике (силы и состав воюющих сторон, подробные биографии командующих и участников, полная характеристика вооружения и снаряжения участников битвы, идеология и быт участников военных действий) и электронная Книга памяти с доступом на сайт МО «ОБД Мемориал». Научные сотрудники помогают по запросам обратившихся узнать о судьбе воинов, пропавших без вести, выяснить точное место их захоронения.

Белгородская земля – родина гениального русского инженера Владимира Григорьевича Шухова, родившегося 16 августа 1853 года в г. Грайвороне. Владимиром Григорьевичем было найдено множество новых решений в области добычи, переработки, хранения и транспортировки нефти. Шухов является изобретателем крекинг-процесса. Владимир Шухов первый в мире применил для строительства зданий и башен стальные сетчатые оболочки. Он же – автор проекта и главный инженер строительства первого российского нефтепровода Балаханы-Черный

город, построенного для нефтяной компании «Бр. Нобель». В 1896 г. Шухов изобрел новый водотрубный паровой котел в вертикальном и горизонтальном исполнении. Самой известной работой Владимира Григорьевича стала сооруженная в 1919-1922 годах башня для радиостанции на Шаболовке в Москве (рис. 4). Башня представляет собой телескопическую конструкцию высотой 160 метров, состоящую из 6 сетчатых гиперболоидных стальных секций. [6]



Рис. 4. Шуховская башня на Шаболовке, г. Москва

На родине В. Г. Шухова, в Грайвороне, свято чтят память своего великого земляка. Именем Шухова здесь названы парк, улица, школа. В школьном музее хранятся документы, фотографии, личные вещи ученого. В Белгороде и Грайвороне есть памятники великому ученому, а Белгородскому государственному технологическому университету присвоено его имя.

Список литературы

1. Smith V. Hosts and Guests / University of Pennsylvania Press. Philadelphia, 1977. 175 с.
2. Крачило Н. Г. География туризма. Киев: Вища школа, 1987. 208 с.
3. Мироненко Н. С. Рекреационная география. М.: Изд-во Московского университета, 1981. 207 с.
4. Осыков Б. Родного Белогорья имена. Белгород: КОНСТАНТА, 2010. 276 с.
5. Антонов С., Бабич В., Егоров С. Белгородская область. Путеводитель: справочное издание. Белгород: Издт. дом «Мир Белогорья», 2014. 292 с.
6. Шухова Е. М. Владимир Григорьевич Шухов. Первый инженер России. М.: Изд-во МГТУ им. И.Э. Баумана, 2003. 368 с.

Зверева С. В., магистрант,
Поволжский государственный технологический университет,
заведующая туристско-информационным центром
г. Йошкар-Олы, Россия, svetlana.v.zvereva@yandex.ru

«ПРОГУЛКИ С ЙОШКИНЫМ КОТОМ» – ДЕТСКИЙ ТУРИСТСКИЙ МАРШРУТ ПО СТОЛИЦЕ РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ

Туристский маршрут «Прогулки с Йошкиным котом» поддерживает идею развития детей в области культуры, творчества, образования. Эта задача решается через погружение ребенка в атмосферу сказки, добра и чудесных превращений. Новый познавательный культурно-исторический маршрут по Йошкар-Оле позволяет показать город в формате, наиболее интересном аудитории младшего школьного возраста.

Ключевые слова: детский культурно-исторический маршрут, особенности детских туристских программ, специфика проведения пешеходных экскурсий для младших школьников

«WALK WITH YOSHKINYM CAT» – CHILDREN TOURIST ROUTES IN THE CAPITAL OF THE REPUBLIC OF MARI EL

Tourist route «Walking with Yoshkin cat» supports the idea of children's development in the field of culture, creativity, education on the example of the institutions of modern Yoshkar-Ola. This problem is solved by immersing the child in a fairy-tale atmosphere, good and wonderful transformation. New cognitive cultural-historical route Yoshkar-Ola allows you to show the city in a format that is most interesting to the audience of primary school age.

Keywords: children's cultural and historical route, features of children's tourism programs, the specifics of carrying out a walking tour for younger schoolchildren.

Набережная реки Малая Кокшага поражает своим необычным архитектурным решением. Сплетение стилей, форм, красок создает особое сказочное настроение. Пешеходный маршрут «Прогулки с Йошкиным котом» призван передать это настроение детям. Поэтому оптимальным видится выбор сказочного сюжета для детского маршрута.

В старинном сказочном городе Й случилась беда. Злой волшебник обесцветил город: все краски померкли. Детям предлагается помочь – вернуть ему разноцветие сказочного города. Для этого им нужно познакомиться с его жителями и вместе расколдовать город. По ходу марш-

рута группа заходит в городские здания – учреждения культуры, образования, где их ждут волшебные персонажи: Йошкин кот, добрый король кукольного замка, главный воевода города и др. На каждом этапе дети выполняют игровые задания, чем помогают вернуть городу прежние яркие краски и огни.

Маршрут существенно отличается от взрослого. Главная его задача на сегодня - дать возможность детям зайти внутрь «сказочных» зданий. Важно предложить комплексный пешеходный маршрут, раскрывающий культурно-исторические городские объекты, не только с внешней стороны, но и изнутри – функциональной стороны.

Цель маршрута – активизировать интерес детей младшего школьного возраста (1-4 классы) в области изучения культурно-исторического наследия столицы Республики Марий Эл.

Задачи проекта:

1) дать яркое, но лаконичное представление обо всех этапах развития города;

2) акцентировать внимание школьников на личностях, внесших особый вклад в становление города в разные исторические периоды;

3) дать возможность школьникам других регионов «изнутри» узнать особенности работы ведущих государственных учреждений Республики Марий Эл.

Главная образовательная задача нового маршрута – показать широкие возможности для детского развития в области культуры, творчества, образования на примере разноплановых учреждений современной Йошкар-Олы. Эта задача может быть решена через погружение ребенка в атмосферу сказки, добра и чудесных превращений. Такой способ позволит реализовать познавательный культурно-исторический маршрут по Йошкар-Оле в формате, наиболее интересном аудитории младшего школьного возраста.

Пешеходный маршрут реализован в исторической части города и на территории благоустроенной набережной реки Малая Кокшага, в самом центре современных достопримечательностей Йошкар-Олы.

Маршрут кольцевой: Исторический центр - Патриаршая площадь – Набережная Брюгге – Площадь Республики и Пресвятой Девы Марии – Воскресенская набережная – Исторический центр. Возможна реализация расширенного маршрута (для детей 3-4 классов).

Маршрут максимально безопасен:

- набережная ограждена,
- дорожное покрытие ровное (асфальт, плитка),
- маршрут не предполагает переходов детской группы через дорогу (за исключением расширенного варианта, когда дети 3-4 классов посе-

щают культурно-исторический комплекс «Царевококшайский кремль». В этом случае группа переходит дорогу по пешеходному переходу, регулируемому светофором).

Особенности маршрута:

1. Старт программы: детская группа под руководством педагога (школьного, музейного, педагога дополнительного образования, родителей) собирается в музее истории города Йошкар-Олы (ул. Вознесенская, 39). Группа получает гид-путеводитель в бумажном виде.

2. Группа начинает движение согласно выданному путеводителю. В пешеходном маршруте предусмотрены короткие остановки возле исторически и культурно-значимых объектов (памятники, здания и др.). На протяжении маршрута группа заходит в несколько учреждений (культуры, образования, истории, социальной сферы) для выполнения игрового задания (например, в Республиканский театр кукол, Республиканский центр детско-юношеского чтения, Дворец бракосочетания). Для детей старшего возраста (9-11 лет) список объектов посещения может быть дополнен Национальной президентской школой-интернатом для одаренных детей, Академическим русским театром драмы им. Г. Константинова, культурно-историческим комплексом «Царевококшайский кремль» и др.

3. Результаты выполнения игровых заданий группа приносит в музей истории города Йошкар-Олы, где подводятся итоги всего пешеходного маршрута. Завершает программу презентационный видеосюжет о Йошкар-Оле.

Продолжительность прохождения маршрута:

- школьная группа (1-2 классы) – 1,5 часа,
- школьная группа (3-4 классы) – 2 часа,
- семейный вариант – 2 часа.

Куратором проекта выступает музей истории города Йошкар-Олы, выполняющий функции туристско-информационного центра. Опыт музейной педагогики и приема детских экскурсионных групп позволяет музею грамотно выстроить полноценный пешеходный маршрут для младшего школьного возраста.

Список литературы

1. Дьякова Р. А. Основы экскурсоведения. М.: Издательский центр «Провещение», 2000.
2. Емельянов Б. В. Экскурсоведение: учебное пособие. М.: Высш. шк., 2002.
3. Официальный сайт Туристско-информационного центра г. Йошкар-Олы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://i-ola-visit.ru>

Тимофеева Л. А.,
руководитель краеведческого музея «Светоч» средней школы № 6 г. Волжска,
член Союза журналистов России,
г. Волжск, Россия, chusik-59@mail.ru

ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ЗАЛ ШКОЛЬНОГО МУЗЕЯ «СВЕТОЧ» – ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ И КУЛЬТУРНЫЙ ЦЕНТР

Школьные музеи являются уникальной точкой преломления культуры и образования. Перспективы их развития обусловлены развитием туристско-краеведческой деятельности учащихся. Военно-патриотические и этнографические залы школьного музея как исследовательские лаборатории способствует патриотическому воспитанию подрастающего поколения. Они открыты и доступны для школьников.

Ключевые слова: этнография, туризм, экскурсия, патриотизм.

ETHNOGRAPHY HALL OF THE MUSEUM SCHOOL «SVETOCH» – EDUCATIONAL AND CULTURAL CENTER

School museums are a unique point of refraction of culture and education. The prospects of their development due to the development of tourist and local history activity of students. Military-Patriotic and ethnographic halls of the school Museum as a research laboratory are an important base for Patriotic education of the younger generation, they have the options of openness and accessibility.

Keywords: ethnography, tourism, tour, patriotism.

Республика Марий Эл, нареченная народом «зеленоглазой и родниковой», граничащая с Кировской, Нижегородской областями, республиками Татарстан и Чувашия, знаменита не только красивейшими местами – далеко за своими пределами она известна именитыми людьми и своей богатейшей историей, самобытной культурой.

Сегодня в республике проживает множество представителей разных народов и народностей, толерантных во всех отношениях друг к другу: это марийцы (*две этнические группы – горные и луговые марийцы*), русские, татары, таджики, чуваша, удмурты, азербайджанцы, белорусы, немцы и др.

Именно фактор многонациональности учитывался при открытии этнографического зала школьного краеведческого музея «Светоч» МОУ СШ № 6 города Волжска РМЭ (*директор школы Н. Г. Еришова*).

Первоначальное название небольшого кабинета «Славянская изба» с появлением новых предметов быта тюркских народов перестало соот-

ветствовать его содержанию. Количественное увеличение экспонатов требовало расширения пространства, а наличие вещей другой тематики внесло коррективы и в название зала. Выставочная коллекция школьного музея собиралась постепенно. Сегодня в этнографическом зале школьного музея «Светоч» собран богатейший и уникальный материал, который рассказывает о простых и близких каждому человеку вещах. Однако каждый из музейных экспонатов имеет неповторимый облик, национальный колорит, свойственный одному из народов, проживающих в Поволжье, отражающий его культурно-бытовые особенности, а также материальную и духовную культуру.

Здесь, в частности, обширно представлена коллекция женской одежды. Национальную одежду русских, марийцев, чувашей, татар нельзя представить без элементов вышивки, орнаментов, аппликаций и особенно украшений. Яркие ленточки, бусинки разных размеров и оттенков, кружева и рюши, монеты в качестве серёжек, платья из домотканого холста, праздничные и повседневные марийские кафтаны (*мыжер*)... Всё это нашло свою нишу в этнографическом зале школьного музея. Мирно соседствуя на полках, они являются объектами любопытства и источниками новых знаний для школьников.

Костюмы разных народов и разных времён, собранные учителями, учащимися, родителями и безвозмездно преподнесённые в дар школьному музею, продолжают оставаться этнической ценностью и служат важным инструментом формирования патриотических чувств и этнографического самосознания школьников.

Этнографический зал музея «Светоч» города Волжска средней школы № 6 – это своеобразный образовательный и культурный центр, средство творческой самореализации, музей-лаборатория, маленький исследовательский центр по сохранению, возрождению и развитию культурно-исторических традиций, диалог поколений и культур. Сюда надо приходить, в том числе за знаниями: знакомство с экспозициями даёт возможность испытать чувство сопричастности к историческим эпохам и жизни людей, узнать свои корни, узнать себя.

Двери школьного краеведческого музея «Светоч» с двумя замечательными залами – *военно-патриотическим* и *этнографическим* – всегда открыты для гостей и туристов волжского городка. Посетите наш музей. У вас есть прекрасная возможность познакомиться с историей, культурой, обычаями и верованиями разных народов и прикоснуться к живому источнику древней старины.

Список литературы:

1. Методические рекомендации по организации деятельности школьных музеев и развитию детских краеведческих объединений. URL: http://turcentrf.ru/d/358156/d/02_metodrek_deyatelshcolmuz.pdf

УДК 908

С. В. Мосунова, магистрант;
Т. А. Морозова, магистрант;
Васина С. М.,
канд. ист. наук, доцент, каф. сервиса и туризма,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

ВЕХИ ИСТОРИИ: ПРОШЛОЕ И НАСТОЯЩЕЕ ЗАМКА ШЕРЕМЕТЕВА

В настоящее время развитию сферы туризма уделяется все больше внимания. Для некоторых районов Республики Марий Эл эта отрасль является основным источником формирования бюджета. В связи с этим проблема развития туризма в регионе актуальна как никогда. В данной статье проанализированы деятельность ГБУК РМЭ «Замок Шереметева», перспективы его развития. Грамотная организация туризма способствует привлечению финансов для сохранения объекта наследия и экономическому развитию района, а также решению воспитательных и образовательных задач.

Ключевые слова: замок Шереметева, крепостное право, империя, история, анализ, динамика.

HISTORY MILESTONES: PAST AND THE PRESENT OF SHEREMETEV LOCK

Currently, the development of the tourism industry has received increasing attention. For some areas of the Republic of Mari El, the industry is the main source of the budget. In connection with this problem is the development of tourism in the region as relevant as ever. This article analyzes the activities GBUK RME «Sheremetev Castle», the prospects for its development. Competent organization of tourism will contribute to raising funds for heritage conservation and economic development of the area, as well as the decision of the educational and training objectives.

Keywords: Sheremetev castle, serfdom, empire, history, analysis of the dynamics.

На берегу великой реки Волги в посёлке Юрино расположен замок Шереметева. «Жемчужина Поволжья» – так его многие называют. Идея

создания замка приходится на середину 19 века. Строительство замка Шереметева начинается в 1861 году. Производятся земляные работы, завозятся стройматериалы, железо, мрамор, зеркальные стекла, изразцы. Вокруг воздвигаемого дворца строятся каменные крепостные стены, благоустраивается парк с прудами и каналами, разбиваются сады и цветники, строятся оранжереи и теплицы, вольеры для диких животных [1, с. 30].

Расцвет империи к концу 19 века можем наблюдать и в расцвете замка. Из-за границы поступают старинная уникальная французская и венецианская мебель, северский фарфор, статуи, коллекции редких книг и картин, вышедших из-под кисти замечательных художников мира. Строительство замка тянулось долгие годы. Слишком привередлив был заказчик Василий Шереметев, пожелавший соединить в нем готику, барокко, романский и древнерусский стили. Династии местных каменщиков, плотников, кузнецов, краснодеревщиков более полувека трудились над огромным сооружением.

Особенно активно строился замок в семидесятые годы 19 века. В 1893 году умирает Василий Петрович, всю жизнь посвятивший строительству замка. Строительство ненадолго замедляется, но его продолжает вдова Ольга Дмитриевна.

Последний владелец усадьбы Петр Васильевич не отличался крепким здоровьем и скончался в 1916 году на 34-м году жизни, не оставив наследников. Но и при нем продолжается строительство и перестройка главного дома. Однако неопределенность, свойственная тому времени, отражается и на судьбе замка [1, с. 46].

После революции в замке расположился эвакуированный из Нижнего Новгорода кадетский корпус имени графа Аракчеева, который затем сменила трудовая коммуна. В разное время под его крышей квартировали народный дом, клуб, самодеятельный театр, множество контор. В 30-х годах на базе замка был образован Всероссийский дом отдыха. В Великую Отечественную войну здесь жили эвакуированные семьи чиновников из Москвы. После войны вновь заработал Дом отдыха. Затем на территории усадьбы располагалась турбаза «Ветлуга», в 1987 году разместился пансионат матери и ребенка [2, с. 34].

Каждый хозяин в первые годы после революции вносил свою лепту в разбазаривание ценностей замка. Каждый считал вправе что-то взять себе. Остановить это было трудно и поэтому, чтобы сохранить бесценные коллекции, в 1922 году властями было принято решение вывезти их в музей Нижнего Новгорода [3, с. 42].

После распада СССР изменился и замок – он пришел в упадок. Замок опустел, кроме местных жителей его никто не посещал, комнаты и

бальные залы разрушены. Историческое значение усадьбы мало кого интересовало. Положение изменилось в конце 20 века, когда замок был взят на баланс НПЦ РМЭ по охране и использованию памятников истории и культуры. Была перекрыта протекающая крыша, сделан ремонт в комнатах номерного фонда. В начале 21 века проведены реставрационные работы фасада. Но особенно изменилась жизнь замка при изменении его статуса. С марта 2013 года он получил юридическую самостоятельность и новое название – Государственное бюджетное учреждение культуры Республики Марий Эл «Замок Шереметева».

С изменением статуса началась модернизация сферы услуг, активизировались реставрационные и ремонтные работы. Разработаны новые экскурсионные маршруты, проводятся народные праздники, фестивали, костюмированные мероприятия, тематические и игровые детские программы, образовательные проекты для школьников. Особо следует отметить научно-исследовательскую деятельность сотрудников учреждения. В замке проводятся научные конференции и семинары регионального и всероссийского значения.

2014 год был объявлен «Годом культуры», и замок как объект культурного наследия привлек внимание руководства Республики Марий Эл. Глава республики Л. И. Маркелов взял под особый контроль работы по восстановлению замка и усадьбы. Только за последние полгода был проведен ремонт фонтана, крепостной стены, южного галерейного и открытого летнего переходов, начата реконструкция домовая церковь, покрыта асфальтом и благоустроена подъездная дорога к северному фасаду.

В один из июньских дней в каминном зале замка для юрян звучала камерная музыка в исполнении артистов из соседней Нижегородской области. Вход на концерт был бесплатным. Чуть позднее в парадные залы замка заполнили дамы и господа в костюмах 19 века, чтобы принять участие в «историческом» бале. А в августе был проведен региональный фестиваль бардовской песни «Песня Булата на Волге».

Большой интерес у юрян и гостей вызвала выставка старинных предметов «Экспонаты рассказывают», размещенная в картинной галерее. В реализации этого проекта приняли активное участие жители поселка, предоставившие экспонаты на выставку.

Замок динамично развивается. С 2013 по 2015 год увеличился номерной фонд на 25 мест. Это позволило увеличить количество отдыхающих. Благодаря рекламной деятельности, разнообразию предлагаемых услуг и проводимым мероприятиям значительно увеличилась туристская привлекательность учреждения и, как следствие, увеличился поток туристов.

Усадьба является ценнейшим для России объектом культурного, исторического, архитектурного, ландшафтного наследия XIX века, а настоящее время приобретает статус еще и культурного центра республики и региона в целом.

Деятельность организации можно проанализировать. В таблице 1 представлены данные за последние три года.

Таблица 1

Анализ видов деятельности за 2013-2015 гг.

Виды деятельности	2013		2014		2015	
	сумма, руб.	удельный вес	сумма, руб.	удельный вес	сумма, руб.	удельный вес
проживание	3343720	45,4%	5162853,5	49,19%	5328115,97	47,11%
экскурсии	3285908	44,6%	4284437,7	40,82%	4555815,00	40,28%
развлечения	95380	1,3%	138368	1,32%	140503,60	1,24%
реализация	152332	2,1%	235124	2,24%	469294,00	4,15%
прочие	482927,4	6,6%	675047,43	6,43%	815470,84	7,21%
Всего	7360268	100%	10495831	100%	11309199,4	100%

На рисунке 1 видим, что показатели развития предприятия с каждым годом только растут. Это позволяет надеяться, что в будущем предприятие ждет только положительная динамика.

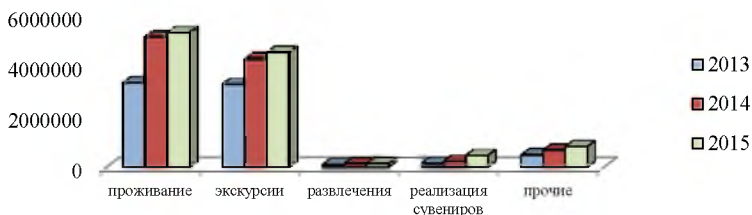


Рис. 1 Динамика видов деятельности за 2013-2015 года

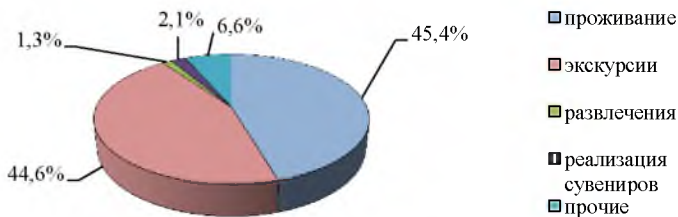


Рис. 2 Удельный вес видов деятельности за 2013 год

Рисунки 2-4, позволяют сделать вывод, что основной доход усадьбе приносят экскурсии и проживание гостей замка. Следовательно, привлечение туристов и развитие других направлений туризма является основной задачей для организации. При этом наблюдаем изменение в удельном весе в 2015 году. Доля прочих услуг возросла, что свидетельствует о том, что предприятие развивает и другие направления своей деятельности.

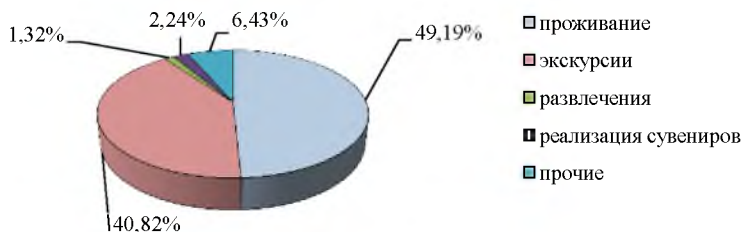


Рис. 3 Удельный вес видов деятельности за 2014 год

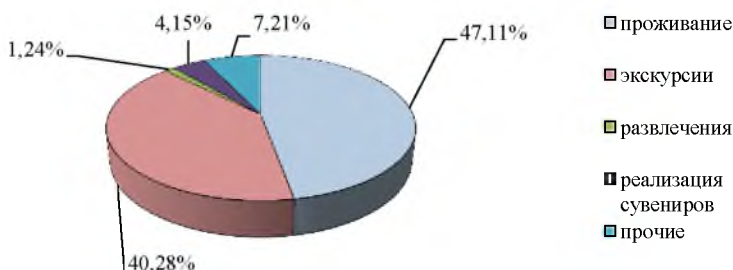


Рис. 4 Удельный вес видов деятельности за 2015 год

Таблица 2

Анализ экскурсантов

Туристы	2013		2014		2015	
	кол-во, чел.	удельный вес	кол-во, чел.	удельный вес	кол-во, чел.	удельный вес
Иностранцы:	6	0,007%	15	0,064%	8	0,03%
1) дети			1	0,004%		
2) взрослые	6	0,007%	14	0,06%	8	0,03%
Республика Марий Эл:	2892	36,12%	3398	14,65%	7109	29,11%
1) дети	1275	15,92%	1086	4,68%	1405	5,75%
2) взрослые	1617	20,19%	2312	9,97%	5704	23,36%

Туристы	2013		2014		2015	
	кол-во, чел.	удельный вес	кол-во, чел.	удельный вес	кол-во, чел.	удельный вес
Российская Федерация:	5109	63,81%	19781	85,28%	17306	70,86%
1) дети	2254	28,15%	2727	11,76%	4197	17,18%
2) взрослые	2855	35,66%	17054	73,53%	13109	53,68%
Всего	8007	100%	23194	100%	24423	100%

За 2013-2015 годы провели анализ категорий экскурсантов по возрастному признаку и месту проживания. Результаты представлены в таблице 2.

На основании данных таблицы 2 можно сделать вывод о том, что наибольший удельный вес составляют экскурсанты из Российской Федерации, но при этом наблюдается рост числа экскурсантов из Республики Марий Эл в 2015 году, а количество туристов из РФ уменьшается. За 2014-2015 года наблюдаем умеренный рост туристов-«детей» как из РФ, так и из РМЭ. Следовательно, развитие детского туризма, а также разработка мероприятий по привлечению туристов из Российской Федерации является приоритетным.

Замок Шереметева является ярким примером влияния истории на традиции, культуру общества. Любые изменения в ходе истории сразу отражаются на людях и их отношении к окружающему миру. Можно наблюдать такую взаимосвязь: чем лучше и легче жить людям, тем больше внимания и времени они уделяют духовности личности, происходит возрождение культуры и традиций в обществе. Чем сильнее традиции, культура в обществе, тем крепче государство.

Список литературы

1. Капустина В. А. Последние Великие Романтики. Повествование о строителях Юринского замка Василии Петровиче и Ольге Дмитриевне Шереметевых. СПб.: НИИХ СПбГУ, 2003. 60 с.
2. Кислов К. А. Юрино. Усадебно-архитектурный памятник. Йошкар-Ола: Марийский полиграфическо-издательский комбинат, 1995. 68 с.
3. Кислов К. А. Очерки Юринской жизни. Козьмодемьянск: Козьмодемьянская городская типография, 1998. 102 с.

РОЛЬ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО И ПРИРОДНОГО НАСЛЕДИЯ РЕГИОНОВ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

В статье рассматриваются социальные и культурные факторы развития современного туризма. Особое внимание уделено вопросам потребности индивида в туристских услугах, определен социальный характер потребности туриста, проанализированы особенности удовлетворения потребностей в туристских услугах.

Ключевые слова: культурный туризм, памятники истории и культуры, развитие туристской инфраструктуры в регионах.

CULTURAL-HISTORICAL AND NATURAL HERITAGE OF REGIONS

The article deals with social and cultural factors in development of modern tourism. Particular attention is paid to the needs of the individual in travel services. The author defined the social character of the needs of tourists and considered the features of the needs of tourist services.

Keywords: cultural tourism, historical monuments and culture, development of tourist infrastructure in the regions.

Российская Федерация занимает территорию более 17 млн кв. км, на которой проживает около 144 млн человек 160 различных национальностей. Каждый регион нашей страны имеет своеобразный природно-климатический ландшафт, свое культурно-историческое наследие (древние города, усадебные и дворцово-парковые ансамбли, комплексы культовой архитектуры, исторические постройки, историко-культурные памятники), а народы, проживающие в них, отличаются традициями и обычаями. По своей экономической сути все это составляет основу туристской ренты, делая тот или иной регион более или менее привлекательным для туристов, а также является основой развития всех видов туризма и требует особого бережного подхода по принципу: «Сохрани – восстанови – не навреди».

При организации уникальных территорий следует сочетать традиционные формы деятельности, исторически сформировавшиеся на этих территориях, с инновационными видами, к числу которых относится и туризм. Правильное и глубокое развитие туризма в регионах создаст новые рабочие места, внесет больше доходов в региональный бюджет и

повысит уровень жизни населения. Кроме того, развитие туризма дает местному населению основание гордиться своим уникальным наследием и предоставит возможности делиться им с туристами.

При развитии туристской инфраструктуры важно не нарушать исторический облик территории. Каждый вновь создаваемый туристский центр (объект) должен соответствовать национальным особенностям и традициям и одновременно иметь свой неповторимый облик. Создание природно-исторических парков должно содействовать спасению ценнейших памятников культуры и истории как целостных архитектурно-ландшафтных и культурных комплексов. Необходимо осуществлять охрану и восстановление памятников культуры и истории рукотворного, природного и традиционного ландшафтов, которые также рассматриваются как непреходящие исторические ценности, национальное достояние.

Культурное, историческое и природное наследие принято делить на следующие категории:

- достояние, используемое в основном туристами (фестивали, представления, памятники и т. д.);
- достояние смешанного пользования (менее значительные исторические памятники и музеи, театры, заповедники и пр.);
- достояние, используемое в основном местным населением (гражданские сооружения, культовые объекты, кинотеатры, библиотеки и др.).

Наследие выполняет две основные функции: с одной стороны, воспитательную и культурную (формирование национального менталитета, сохранение самосознания населения, воспитание патриотических чувств к своей «малой родине»), с другой – экономическую (развитие территории, создание рабочих мест), что способствует социальному и духовно-му развитию населения.

Для обеспечения действенного сотрудничества различных организаций в области культуры и туризма необходима взаимная информированность об основных направлениях совместной работы. Политика туристского развития должна отражать следующие основные аспекты:

- подготовку перечня туристских ресурсов, причем особого внимания заслуживают классификация культурного, исторического, природного наследия и определение наиболее важных объектов для развития туризма;
- определение основных туристских регионов и мест туристского назначения, а также обеспечение соответствующих мер по охране местных культурных, исторических и природных памятников;
- использование в целях туризма национального достояния, включающего искусственные и природные, материальные и нематериальные

объекты, а также творчество местного населения (искусство, ремесла, фольклор);

- проведение мероприятий, направленных на воспитание местного населения и туристов в духе уважения к культурным ценностям региона.

Неотъемлемой частью процесса постепенного утверждения новой концепции развития культуры и туризма должно стать создание новых форм культурного туризма. Это обуславливает необходимость трансформирования уже известных форм туризма по мере того, как его роль в жизни общества становится все более значимой. Основными компонентами стратегии устойчивого развития являются экологическая, экономическая, социальная, культурная, законодательная политики, при разработке которых на национальном и региональном уровнях возрастает роль и природного, и культурного наследия. Каждый регион обладает уникальным наследием. Для определения базы, необходимой для развития туризма в регионе, следует ответить на вопросы: «Какими ресурсами (наследием) уникальна конкретная местность относительно других территорий?» и «Каким образом ресурсы (наследие) конкретной местности могут быть использованы в целях туризма?». Особенно важно это сейчас, когда решение многих вопросов и проблем переносится на местный уровень.

Роль и привлекательность объектов наследия зависит от их ценности, уникальности, а также от степени сохранности. В условиях недостатка бюджетного финансирования огромное влияние на сохранность объектов наследия оказывает инвестиционная политика, включающая как благотворительное, так и коммерческое вложение капитала. Контроль за соблюдением охранного законодательства эффективен лишь в случае экономической заинтересованности местных властей, поэтому разрешение на регламентированное использование объектов наследия при условии их сохранности всегда предпочтительнее заповедного режима. В современных условиях лишь уникальные и коммерчески привлекательные объекты историко-культурного наследия легче сохранять и реставрировать. Гораздо проблематичнее сохранить памятники, имеющие сугубо научное значение. Поэтому важнейшим становится вопрос собственника, способного восстановить, сохранить внешний вид и вернуть памятникам функциональное и культурное значение.

Необходимо использовать не только традиционные объекты – памятники истории и культуры, но и другие элементы наследия: народную культуру, традиции, ремесла и промыслы, язык и литературу, музыкальную и художественную культуру, историческую городскую среду, сельскую застройку и систему расселения, этнокультурную

среду, природное окружение, что позволит включить наследие в современную жизнь.

При учете всего этого обществом появится возможность сформировать систему рационального использования наших уникальных ресурсов для поднятия внутреннего и въездного туризма на качественно новый уровень.

Список литературы

1. Кусков А. С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. М.: КноРус, 2010.
2. Савчук В. В. Культурологическая функция туризма // Культурология: новые подходы: альманах-ежегодник. Вып.11. М.: Изд-во МГУКИ, 2004. С.166-188
3. Дворниченко В.В. История международного и национального туризма. М., 2001
4. Соколова М. В. Туризм как культурно-исторический феномен : автореф. дис. ... д-ра культурологии : 24.00.01. Моск. гос. ун-т культуры и искусств. М., 2007. 38 с.
5. Дусенко С. В. Социология туризма: социально-культурный аспект // Сервис plus. 2011. № 4. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologiya-turizma-sotsialno-kulturnyy-aspekt> (12.10.2015).
6. Туризм в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.russiatourism> (дата обращения 11.09.2015).

УДК 331.108.26

Кондратьева Л. А., магистрант;
Полухина А. Н.,

д-р экон. наук, профессор кафедры сервиса и туризма,
PoluhinaAN@volgatech.net,

Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБЪЕКТОВ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ МАРИЙСКОГО НАРОДА КАК ПРИМЕР АНИМАЦИОННЫХ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

В статье рассмотрены основные зрелищные мероприятия марийского народа, рассматриваемые в перспективе в качестве анимационных туристических услуг. Праздники народа мари могут стать элементами, которые будут способствовать развитию событийного туризма в Республике Марий Эл. Автор предлагает их

театрализованное воспроизведение как государственными учреждениями, так и внутренними туроператорами.

Ключевые слова: туризм, событие, праздники народа мари.

THE USE OF OBJECTS OF HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE OF THE MARI PEOPLE AS AN EXAMPLE OF ANIMATION TOURIST SERVICES

The article describes the main entertainment events of the Mari people, viewed in the long term as an animation tourist services. Holidays of the Mari people can become elements which will promote the development of event travel industry in the Republic of Mari El. The author offers their dramatized play, both state institutions, and internal tour operators.

Keywords: tourism, event, holidays of the Mari people.

Объекты историко-культурного наследия – материальные и духовные ценности народа, созданные в прошлом и имеющие значение для сохранения и развития самобытности народа – вызывают особый интерес для развития анимационных туристских услуг. Они составляют материальную основу и формируют национальную среду региона, которая становится благоприятной для развития туризма. Туризм, ассоциирующийся со сменной деятельности, местности, с отдыхом, общением, образованием, оздоровлением, является необходимым элементом в жизни не только работающего, но и каждого человека. Общественная, трудовая жизнь людей требовала периодичный отдых, разгрузку от повседневных забот. Издавна россияне отдыхали преимущественно во время праздников, путешествовали реже.

В настоящее время многое изменилось. В России хорошо развита индустрия туризма, население страны активно путешествует. Тем не менее российский и зарубежный взгляд на туризм у людей существенно отличается. Если население Германии тратит основную часть своих доходов на путешествия (доля расходов на международный туризм в 2011 г. составила 8,31 % от совокупных расходов туристов), то у россиян расходы на туризм значительно меньше (3,19 %) [3].

Страны, обладающие благоприятным климатом и удачным расположением, имеют развитую туристическую индустрию. В России не уделяют существенное внимание внутреннему туризму, так как сами туристы особо не интересуются местными достопримечательностями. Основная масса туристов предпочитают выездной туризм. Тем не менее такие города, как Москва, Санкт-Петербург являются наиболее посещаемыми среди туристов. В последнее время набирает популярность город Сочи, который привлек основную массу туристов не только благодаря

благоприятному климату и удачному расположению вблизи Черного моря, но и Зимней Олимпиадой в 2014 г. Однако в средних и небольших городах России также есть на что посмотреть. Соответственно, в России стоит больше уделять внимания региональному туризму, что требует значительных материальных затрат.

Народ мари, который населяет Республику Марий Эл, обладает богатой культурой, историей, что представляет интерес не только для россиян, но и иностранцев. В настоящее время в республике развит экскурсионный туризм по г. Йошкар-Оле, г. Козьмодемьянску, замку графа Шереметьева (п. Юрино). Таким образом, основная часть культуры, быта, религии народа мари остается незамеченной. Все это находит отражение в событийном туризме, который ориентирован на посещение местности в определенное время, связанное с каким-либо событием [4].

В данное время актуальным является вопрос о развитии внутреннего туризма. Государство вкладывает деньги в развитие инфраструктуры, законодательной базы, касающейся туристской деятельности. Но этого недостаточно. Важным фактором в развитии событийного туризма являются сами события.

Марийский календарь богат разнообразными праздниками. Основные праздники, как правило, проходили в семинедельный период: Ёярня (Масленица), Кугече (Пасха), Семык (Семик, в христианской традиции – Троица), Угинде (праздник нового хлеба), Шыже кусо (праздник осеннего жертвоприношения) и Шорыкйол (святки). Семинедельная периодичность нарушается между праздниками Шорыкйол и Ёярня. Это связано с тем, что народ мари составлял свой календарь на основе лунного календаря. Поэтому между этими праздниками отсчитывали в первый год пять недель, в следующий – семь, в третий – девять.

Кроме основных праздников существуют и другие: Конга пайрем (праздник печки), Агавайрем (Праздник пашни). В настоящее время становятся популярными Марий талешке кече (День национального героя), Пеледыш пайрем (Праздник цветов), День города Йошкар-Ола, Марий тиште кече (День марийской письменности).

Помимо календарных праздников народ мари отмечает и другие мероприятия: сўан (свадьба), ўдыр йуктымаш (сватовство), тойымаш (похороны), нылле кече (сороковой день) и другие. Большинство из них находят свое отражение в праздниках русского народа и церкви, но, тем не менее, отличаются от стиля и способа празднования.

К зрелищным мероприятиям народа мари можно отнести следующие:

1. **Ёярня.** Праздник справляется в конце февраля – начале марта. Ёярня – не церковный праздник. Он появился до христианства. Во вре-

мя праздника не зажигали свечи, не молились богам. Его праздновали для того, чтобы земельные работы, семейные дела и домашнее хозяйство шли в гору.

Слово «ўярня» состоит из двух слов: «ўй» и «арня» («масло» и «неделя»). Слово «Ўярня» также означает богатство. Праздник Ўярня праздновали неделю – с понедельника до воскресенья. В некоторых местностях этот праздник длился две недели. Так, первую называли Ончыл Ўярня (передняя Ўярня), а вторую – Пытартыш Ўярня (завершающая Ўярня).

Национальная кухня отличалась от обычной. Во время праздника Ўярня в основном готовили блюда из масла, что соответствует и названию праздника. Это традиционно блины – мелна, команмелна; пирог – когыльо; ватрушка – перемеч; творожник – туара; ячница – салмамуно и др. Угощали вкусным, свежеприготовленным квасом. Гостей всегда встречали хлебом.

В эту неделю все ходили друг к другу в гости. А если предстояла дальняя дорога, запрягали лошадей. Лошадей украшали самыми нарядными, яркими ленточками, колокольчиками. Праздник сопровождался массовыми гуляниями – песнями, танцами, играми. В гости с пустыми руками не ходили и возвращались с гостинцами. Вечерами устраивали посиделки: играли, пели, танцевали.

Во время праздника катались с горки, но не с обычной. Для этого специально отправлялись в лес, вырубали ёлки, у которых меньше всего сучьев. Привозили их, очищали от веток и коры, а затем обливали водой, давали заledenеть и катались. На ногах у них были лапти. Обливали водой и лапти для лучшего скольжения. Некоторые умудрялись кататься и с заledenелыми валенками. Из-за этого обувь быстро портилась. Катались с горы парами, держа друг друга за плечи и припевая: «Ўярня йор-йор, мелна чор-чор, волак лот-лот!».

Некоторые, скатившись, дёргали себя за край подола (урвалте), приговаривая: «Шуршым поктем» (блох прогоняю). А кто скатывался до конца, тот, говорили, продлевал свою жизнь. На конец горки клали солому. В народе говорят: «Если упадёшь на солому, то целый год не будут проблемы со здоровьем». Также верили: «Если в праздничную неделю рано утром скатиться с горки, год не будет тревожить болезни и будешь шустрым. Зная это, рано утром к горке в основном спешили люди постарше. Дети также любили кататься. Они катались с горы на предметах домашнего обихода: на коромысле (вудвара), пряслице (кунчылавондо), корыте – (тагына). Когда катились с горы на пряслице, кидали вперёд зёрна, чтоб дома их стало больше. Если катились на коромысле, верили, что спина не будет болеть.

Во время праздника дети также любили играть в разные игры: «Йыдал базар» (Лаптев базар), «Ушто дене» (Пояс) или «Шергаш пуэден» (Колечко). В праздник Уярня проводили базары, где продавали разноцветные ленты, нитки, предметы утвари, инструменты.

В последний день праздника у горки делали чучело из соломы, а также из скопившегося мусора у горки, а потом сжигали. Самые смелые прыгали через огонь, приговаривая: «Осалже кайыже, сайже мылам кодшо» («Пусть все плохое уйдёт, а всё хорошее мне останется»). Сила огня огромна и зло боялось его. Те, кто в ссоре, просили друг у друга прощения и давали слово жить дружно.

В настоящее время праздник путают с проводами зимы. Вследствие этого провода зимы оттесняют праздник Уярня (Масленицу) и традиции, связанные с Уярня забываются.

2. **Кугече.** Праздник отмечался спустя семь недель после праздника Уярня. Он начинался в среду и назывался «Кон кече вургече». Он являлся днем запретов. До обеда не разводили огонь, не топили печь, не расчесывали волосы, не заходили к соседям. Несоблюдение запретов могло сказаться на приплоде домашних птиц. В четверг справлялся «Сорта кече» (День свечи). В этот день в честь усопших родственников ставили свечи, топили баню, готовили угощение.

В пятницу «Кугу кон кече» праздник продолжался. Молодые люди устраивали разные игры на улице, качались на качелях.

В субботу «Юмын аяр кон кече» не работали, готовили ритуальные блюда для моления когыльо, красили яйца.

В воскресенье утром проводили моления, совершали бескровное жертвоприношение – кусочки ритуальной еды, квас [1, с. 18].

Праздник продолжался еще неделю. Люди ходили друг к другу в гости. В «Кугече» принято посетить три семьи и обмениваться угощениями.

3. **Пеледыш пайрем.** Отмечается как общенародный праздник в Республике Марий Эл, приурочен ко Дню независимости России – 12 июня. Впервые Пеледыш пайрем проведен в 1920 г. в с. Сернур. Он был приурочен к календарным праздникам Агавайрем и Семык с целью их заменить. Сейчас праздник прославляет мирный труд, людей труда, служит укреплением национального самосознания народа, пропагандирует дружбу между народами. Праздник начинается с торжественного открытия, где награждаются работники сельского хозяйства, сопровождается концертом художественной самодеятельности, спортивными состязаниями, различными конкурсами, аттракционами, национальной борьбой [1, с. 40].

4. **Шорыкйол.** Это первый календарный праздник в году. Следующая за новогодним праздником первая пятница считалась началом праздника Шорыкйол (Святки). У большей части марийского населения закрепилось название Шорыкйол (Овечья нога). В праздник совершали магическое действие – дергали овец за ногу с целью «вызова» в новом году большого приплода овец.

Во время праздника девушки и парни расхаживали ряженые по домам (их называют Васлий кува-кугыза). Хозяева угощали ряженых орехами, квасом. Ряженые просили показать результаты своего труда, как взрослых, так и детей. Перед уходом Васлий кува-кугыза желали хозяевам здоровья, большого приплода скота, всегда полного ларца с зерном и многое другое, нерадивых хозяев ругали.

Молодые люди в праздничные дни устраивали посиделки: играли, плясали, гадали. Традиционно в эти дни играли в Соқыр тага (Слепой баран). Завязывали одному глаза и дразнили его, тот же должен был всех поймать. Кого поймает, тот дальше и водит. Девушки ночью выходили в хлев и ухватывали за ногу овцу. По масти овцы определяли, какой будет жених - светловолосый или темноволосый.

5. **Свадьба.** Марийская свадьба представляет собой сложный комплекс действий и обрядов. В свадебном цикле марийцев можно выделить три периода: предсвадебный (время от смотрин до свадьбы), свадебный, послесвадебный (этап вступления молодых во взрослую жизнь, хождение друг к другу впервые в гости) [2, с. 129].

Сама свадьба продолжалась два дня. В пятницу ехали к невесте, а в субботу возвращались с невестой. В настоящее время празднуют один день.

Жених со своими родственниками и отцом едет за невестой. Вместе с ними едут женщины, одетые в специальную одежду для свадьбы. Перед тем как жених войдет в дом невесты, он должен выпить со своими помощниками квас из трехлитровой банки, где находятся клочки от дома. Затем жених, найдя невесту, выходит вместе с ней. Молодые хлебом солью встречают гостей и приглашают их в дом.

Всех гостей угощают, а затем их приглашают родственники невесты в гости, куда они охотно идут. Обойдя всех гостей, они приходят в дом невесты, где старший из семьи начинает моление. Перед уходом из дома мать невесты становится между женихом и невестой, вручает руку невесты жениху, все они обходят вокруг стола три круга по солнцу и быстро выходят из дома. Родственники жениха в это время выкупают сундук с вещами невесты. При выезде из деревни односельчане закрывают дорогу и просят за невесту выкуп. Заплатив выкуп, все едут дальше.

В доме жениха их встречают хлебом и солью. Невеста дарит новой родне подарки. Чуть позже в дом жениха приезжают родственники со стороны невесты, которые также ходят в гости по домам родни жениха, поют и пляшут. Завершив гулянье, молодожены, а также близкие родственники жениха провожают гостей.

Многие праздники марийского народа, сохранившиеся до наших дней, смешиваются с праздниками других народов, меняются в силу влияния различных экономических, социальных факторов или теряют свое значение, впоследствии забываются. Они являются ценными объектами и представляют собой уникальный материал для развития анимационных туристских услуг.

Данные материалы могут послужить основой для их театрализованного проведения в целях развития культурно-событийного туризма в Республике Марий Эл, который в последнее время приобретает социальную, экономическую, культурную значимость для региона.

Основными организаторами таких мероприятий могут стать Министерство культуры, печати и по делам национальностей Республики Марий Эл, Комитет по туризму Республики Марий Эл, дома культуры. На примере Межрегионального фестиваля-конкурса национальных свадебных обрядов «Сўан пайрем» возможно проведение как календарных праздников марийского народа, так и других мероприятий в качестве фестиваля. Сотрудничество внутренних туроператоров с домами культуры, а также с представителями коренной национальности, сохранившими культурные ценности народа мари, может помочь созданию целого комплекса услуг по театральному воспроизводству марийских народных праздников в качестве анимационных туристских услуг.

В целях сохранения традиций, а также использования историко-культурного наследия марийского народа приобретает актуальность создание, развитие и поддержание положительной репутации региона на туристском рынке путем развития культурного туризма и привлечения внимания к его национальному историко-культурному наследию.

Следовательно, создание благоприятного имиджа региона позволяет решать целый ряд проблем, в частности стимулирует экономическое развитие региона, обеспечивает привлечение большого числа туристов, стимулирует внимание общественности к историко-культурному наследию предков, активизирует деятельность по его сохранению.

Список литературы

1. Калинина О. А. Марийские праздники: справочник / Марий пайрем-влак: полшык. Йошкар-Ола: Министерство культуры, печати и по делам национальностей РМЭ, Республиканский центр марийской культуры, 2006. 52 с.

2. Сепеев Г. А. Этнография марийского народа: учебное пособие для старших классов. Йошкар-Ола: Марийское книжное издательство, 2001. 184 с.

3. Васильев И. Где отдыхают россияне и сколько они тратят за границей URL: <http://www.forbes.ru/sobytiya> // (дата обращения 21.10.2015).

4. Зарванская А. В., Чернобровкин В. А. Событийный туризм как динамично развивающееся направление в современных условиях. URL: <http://www.scienceforum.ru/2013/pdf/3214.pdf> // (дата обращения 21.10.2015).

УДК 379.845(470.325)

Шопина Е. В.,

канд. техн. наук., доцент кафедры технологии машиностроения,

lena_shopina@mail.ru;

Некрасова В. В., студентка

Белгородский государственный технологический

университет им. В. Г. Шухова,

г. Белгород, Россия

РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА НА БЕЛГОРОДЧИНЕ

В данной статье представлены программа развития сельского туризма на Белгородчине, информация о районах Белгородской области, участвующих в этой программе.

Ключевые слова: сельский туризм, Белгородчина, фестивали, агротуризм, традиции и быт крестьян.

DEVELOPMENT OF COUNTRY TOURISM IN BELGOROD REGION

This article presents a program of development of country tourism in Belgorod region. The information about the regions of Belgorod region participating in the program.

Keywords: country tourism, Belgorod region, festivals, agro tourism, traditions and life of the peasants

Сельский (деревенский или аграрный) туризм подразумевает отдых туристов в сельской местности, проживание в условиях, приближенных к деревенским, и даже участие в сельскохозяйственных работах. Он подходит для того, чтобы провести отпуск со всей семьей, предлагает знакомство с крестьянским бытом, питание натуральными продуктами и может сочетаться с разнообразными видами пассивного и активного отдыха. Традиционный набор сельских развлечений включает пляжный отдых на берегу ближайшей реки, охоту и рыбалку, посиделки у костра,

сбор дикоросов, деревенскую баню и т.д. Программу дополняют велосипедные и конные прогулки, экскурсии по местным достопримечательностям, знакомство с традициями и бытом коренных народов или консультации хозяев по выращиванию сельскохозяйственных культур.

Если в Италии и Франции отдых в сельской местности выбирают до четверти всех отдыхающих, то в России сельский туризм еще молод и не получил широкой популярности. На территории Российской Федерации есть все предпосылки для развития этого вида туристической деятельности, у сельского туризма есть высокий потенциал для развития.

На Белгородчине стартовала программа развития сельского туризма в 2007 году. Сегодня она вошла в число приоритетных: в нее включились все районы области. Белгородчина имеет благоприятные для развития любого вида туризма природно-климатические условия, умеренно-континентальный климат характеризуется максимальным количеством дней для летней рекреационной деятельности. В области насчитывают 7 месторождений минеральных вод. Основную часть территории занимают охраняемые природные территории, которые имеют федеральное, региональное и местное значение. Среди них можно отметить природный заповедник «Белогорье», заказник «Бекорюковский бор», урочище «Монастырский лес», природные парки и сады «Хотмыжский», «Ровеньский», «Нежеголь».

Одним из перспективных направлений в развитии внутреннего и въездного туризма является сельский туризм, основанный на создании специализированных «агротуристических деревень», которые знакомят с народным культом и бытом и в которых есть свободные домовладения, выполняющие функции сельских гостиниц. На Белгородчине принято определять уровень комфорта гостиничного дома с помощью подков.

- *Категория «стандарт».* В него входят источник питьевой воды на участке, еженедельная смена постельного белья, отдельная кухня для гостей, гостиная, которая не может использоваться для сна. При этом возможно проживание в одном доме с хозяевами, душ и туалет могут находиться на улице.

- *Категория «одна подкова».* Температура в гостевом помещении не может быть ниже 18 градусов по Цельсию. Спать гости должны на матрацах хорошего качества. В ванной и на кухне должно быть никаких хозяйских вещей.

- *Категория «две подковы».* Ключ должен быть к каждой гостевой комнате. В ней должны находиться шкаф, кресло и освещение для чтения, умывальник. На кухне должна быть представлена основная посуда, холодильник, раковина и достаточное количество чистящих веществ.

• *Категория «три подковы».* Как минимум половина апартаментов оборудована комнатами личной гигиены. В ванной и прихожей есть зеркала, гостиная обставлена соответствующей мебелью.

• *Категория «четыре подковы»,* предполагающая самый высокий уровень комфорта. Каждая комната оборудована комнатами личной гигиены. В домике есть стиральная машинка, утюг, гладильная доска. Минимальный размер одноместной комнаты – 10 кв. м, двухкомнатной – 14 кв. м. В кухне плита, духовка, блендер, кофеварка и набор высококачественной посуды и столовых приборов.

Развитие сельского туризма важно как для городских, так и сельских жителей. В нем заинтересованы все субъекты рынка туристско-рекреационных услуг, в том числе:

а) туристы (удовлетворение потребностей граждан в активном и полноценном отдыхе в экологически чистой местности, способствующем укреплению здоровья, приобщению к культурным и историческим ценностям и укладу жизни населения сельских территорий);

б) органы местного самоуправления (привлечение инвестиций с использованием механизмов государственно-частного партнерства, увеличение налоговых поступлений, обеспечение уровня занятости и повышение качества жизни сельского населения);

в) местное население (возрождение традиционного уклада жизни, приобщение местного населения к здоровому образу жизни, расширение рынков сбыта сельскохозяйственной продукции);

г) хозяйствующие субъекты (получение дополнительного дохода за счет организации туристских услуг проживания, питания, транспорта, производства и торговли сувенирной продукцией).

Объекты сельского туризма можно сгруппировать по признакам:

• *гостевые усадьбы* (места для размещения в гостевых домах, организация общественного питания): усадьба «У Прокопа» (Грайворонский район), усадьба «У Галушки» (Грайворонский район), усадьба «Крестьянское подворье на Ворскле» (Грайворонский район), «Гостевой двор Коломийцевых» (Ивнянский район), гостевой дом «На Парковой» (Белгородский район), гостевой дом «Вечера на выезде» (Ивнянский район);

• *сельские усадьбы* (экскурсионные): усадьба «Веряничка» (пчеловодство, русская кухня, Грайворонский район), усадьба «Виноградье», (Виноградный сад, Грайворонский район), усадьба «Птичий рай» (птицеводство, Грайворонский район), усадьба «Дубрава» (пасека, Прохоровский район), усадьба «Такушка» (народные ремесла, рецепты русской кухни, Грайворонский район), усадьба «Деревянные кружева» (Прохоровский район);

- *туристско-рекреационные зоны (комплексы)*: традиционный туристический комплекс «Лесной хутор на Грянях» (Грайворонский район), парк регионального значения «Ключи» (Прохоровский район), культурно-оздоровительный центр «Русская усадьба» (Прохоровский район), база отдыха «Слобода кочевников» (Прохоровский район), территориальный рекреационный комплекс регионального значения «Усадьба в Балке Кривенков яр» (Белгородский район), рекреационнооздоровительная зона «Рыбный рай» (Ивнянский район);

- *музеи*: Белгородский государственный музей народного творчества (г. Белгород), музей рукоделия (Грайворонский район), музей народного костюма (Грайворонский район), музей хлеба «Хлеб – всему голова» (Грайворонский район), «Музей Гуся» (предметы крестьянского быта, Новооскольский район);

- *центры народного творчества, дома мастеров и ремесленников*: Центр народного творчества (с. Купино, Шебекинский район), Дом народного творчества (п. Майский, Белгородский район), Старооскольский дом ремесел (г. Старый Оскол), Дом ремесел Антоновского СМДК (Грайворонский район), мастерская по ткачеству «Золотинка» (Грайворонский район), надомная мастерская по лозоплетению «Кошель» (Грайворонский район);

- *фестивали и ярмарки*: Международный фестиваль славянской культуры «Хотмыжская осень» (Борисовский район), межрегиональный фольклорный фестиваль «Лето Красное» (Чернянский район), международный фестиваль-ярмарка народной культуры «Белгородская слобода» (Белгородский район), фестивали любительской и спортивной рыбалки (Белгородский район), областная ярмарка «Все времена года на Белгородчине» (Белгородский район).

Борисовский район имеет широкую программу развития сельского туризма. Помимо нескольких традиционных маршрутов проводятся фестивали: в июне – фестиваль «Слобода гончарная», а в августе – «Стригуновское лукоморье». Последний имеет статус межрайонного фестиваля и нацелен на укрепление творческого и экономического сотрудничества с близлежащими районами и регионами, развитие событийного туризма в районе и продвижение бренда «Стригуновский лук».

К туристическим объектам на территории Шебекинского района относятся объекты культурно-исторического наследия, паломничества и религиозного туризма, природного и экологического туризма. Отдельное место в Перечне объектов культурного наследия занимает «Центр традиционной культуры с. Купино» (рис. 1), который специализируется на воспитании детей в духе народных традиций, экскурсионной дея-

тельности. Интересны как объекты туризма родовое экопоселение «Кореньские родники» (близ х. Гремячий) и родовая усадьба И. И. Катаржина (х. Новая заря). На карте района появились первые рекреационные объекты, предназначенные для отдыха.



Рис. 1. Центр традиционной культуры с. Купино

Бренд Корочанского района «яблоко» стал определяющим в планировании мероприятий района. В районе проходят циклы яблочных фестивалей. Самые яркие из них – «Яблочный спас» и сельскохозяйственная ярмарка «Яблочные осенины». Также можно посетить «Интересный двор уездный», демонстрирующий быт крестьян.

В Алексеевском районе программа развития сельского туризма рассчитана на несколько лет. Разработано несколько туристических маршрутов. Во время экскурсий туристы могут отведать домашней выпечки и компотов, насладиться выступлением фольклорных коллективов и посетить мастер-классы по вязанию и вышивке.

Широкий спектр туристических маршрутов предлагает Грайворонский район: экологические, православные маршруты, агротуры и туры выходного дня. Помимо этого есть и особые мероприятия, среди которых пеший туристический маршрут «Тайны озера Моховатое». Это лесное озеро давно является любимым местом жителей района.



Рис. 2. Дворец Юсуповых

В Ракитянском районе действуют около 20 маршрутов по 7 направлениям. Вместе с тем на базе комплекса дворцового типа князей Юсуповых (рис. 2) планируется проведение международного фестиваля русской культуры «Юсуповские собрания».

Разнообразие растительности, большое число малых рек и обилие культурно-исторических объектов выступают главными помощниками в развитии сельского туризма Валуйского района. Многочисленные экскурсии в сельские поселения и рекреационные комплексы, организация рыбалки, посещение музеев и монастырей – вот слагаемые сельского туризма района.

Ивнянский район славится своими гостевыми домами и рекреационно-оздоровительной зоной «Рыбный рай». В знаменитом Гостевом доме Коломыйцевых уже побывало множество туристов из России и других стран. Во время посещения гостевого дома «Вечера на выезде» (с. Выезжее) туристы имеют возможность окунуться в крестьянский колорит, принять участие в обрядах и местных праздниках.

Сельский туризм Краснояружского района представлен не только классическими маршрутами, но и усадьбами, православными святынями, ярмарками и фестивалями и, конечно, ремесленниками, которые дополняют мероприятия своими творениями: матрешками, картинами, изделиями из соломы, иконами и шкатулками.

Новооскольский район предлагает туристам ознакомиться с историческим и культурным наследием, живительными родниками и уникальными памятниками православной культуры. Все маршруты формируются исходя из интересов гостей и жителей района. Самыми популярными местами являются Дом Гуся (рис. 3), Храм Успения Пресвятой Богородицы и родник Параскевы Пятницы.



Рис.3. Дом гуся

Несмотря на то что в Ровенском районе развитие сельского туризма началось не так давно, туристические маршруты, которых насчитывается около 6, уже нашли своих туристов. В этом районе ежегодно проходят международные фестивали славянской культуры «Зеленые святки», который собирают различные творческие коллективы.

Совокупность культурных, исторических, природных особенностей Прохоровского района определяет его привлекательность. Одно из самых популярных мест – парк регионального значения «Ключи». Здесь располагаются декоративные срубы, каскад водопадов, оборудованная купель, а самое главное – этнографическая деревня «Кострома», состоящая из нескольких колоритных подворий.

Большой потенциал для развития сельского туризма есть и у Яковлевского района. Экскурсии в Яковлевский район не обходятся без посещения Сырного дома, Парка роз.

Список литературы

1. Богомазова И. В. Оценка привлекательности объектов сельского туризма региона на основе метода анализа иерархии // Современные проблемы сервиса и туризма. 2011. № 2. С. 50-57.

2. Дукмас Кристина. Районы ждут нас в гости // Белгородское бизнес-обозрение. 2014. № 3 (277). С. 10-11.

3. Шальгина Н. П., Селоков М. В., Курач Е. В. Брэнддинг как инструмент развития сельского туризма в Белгородской области // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 3. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.science-education.ru/109-9588> (дата обращения 28.10.2015).

УДК 338.482.22

Старостина О. Г., магистрант,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

АГРОТУРИЗМ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В статье рассматриваются особенности развития агротуризма на европейском, российском и региональном уровнях. Данная отрасль туристской деятельности имеет большой потенциал, но существуют проблемы, влияющие на эффективное внедрение различных моделей сельского туризма в России. Для придания устойчивости проектам в сфере агротуризма требуется взаимодействие бизнес-партнеров, местных жителей, представителей власти и иных заинтересованных структур.

Ключевые слова: развитие, агротуризм, модели, взаимодействие.

AGRO-TOURISM: PROBLEMS AND PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT

This paper analyzes features of evolution of agro-tourism in European, Russian and local levels. This area of tourists' activity is highly potential, though there are some difficulties, which influence on effective development of various models of countryside tourism in Russia. For making agrotouristic projects more stable, it requires an interconnections between business partners, local citizens, government and other related structures.

Keywords: development, agro-tourism, models, interconnections.

Агротуризм (полевой туризм, сельский туризм) является достаточно новым направлением развития внутренней туристической индустрии России. В то же время использование сельского хозяйства в качестве туристического продукта началось в Европе еще в начале XIX века, а во второй половине XX века агротуризм стал активно развиваться на Западе. В настоящее время сельский туризм в Западной Европе приносит около 15 % от общего дохода туристической индустрии [4].

Среди основных проблем эффективного внедрения различных моделей агротуризма в России – недостаточная поддержка сельского туризма со стороны государства; отсутствие необходимой законодательной базы, легализующей сельский туризм и стимулирующей его развитие; слабая популяризация и реклама агротуристических брендов; низко развитая инфраструктура сельского туризма (плохие дороги, отсутствие широкого спектра возможностей проведения досуга, неухоженность сельских территорий и местных достопримечательностей); необходимость системной подготовки кадров, в том числе специалистов администраторов и менеджеров, занятых разработкой турпродуктов, владельцев бизнеса, экскурсоводов, персонала гостевых домов, жителей сел, занятых обслуживанием туристов. Тем не менее в целом по стране услуги агротуризма предоставляют уже более 5000 объектов [1].

В Республике Марий Эл главными предпосылками для развития сельского туризма являются неповторимые природные условия, уникальный культурный потенциал региона, национальный колорит, интересные традиции и обычаи. Агротуризм не только обеспечивает занятость, но и способствует сохранению малых поселений и сельского быта, улучшению условий жизни селян, повышению их доходов, закреплению молодежи на селе.

В Республике Марий Эл в сфере агротуризма себя позиционируют туристский комплекс «Раздолье» (Килемарский район), Кумысная ферма ЗАО Племзавода «Семеновский» (Медведевский район), загородный комплекс отдыха «БЕЛЫЙ ЛОТОС» (п.Куяр, Медведевский район), экопоселение «Лесная Поляна» (Звениговский район), туристическая база отдыха «Юшут» (Звениговский район), туристические и культурные комплексы в селе Еласы (Горномарийский район) и в деревне Шорунжа (Моркинский район), комплекс гостевых домов «Околица» (Килемарский район), марийская этнографическая деревня «Визимбирь» (Куженерский район), гостевой экомплекс дом-коттедж «Усадьба» (на базе ФГБУ «Национальный парк Марий Чодра»), гостевой дом «Крестьянское подворье» (Звениговский район), гостевой дом «Марийская усадьба» (Параньгинский район) и другие. Этот успешный

опыт может стать достоянием любого предпринимателя, готового к усовершенствованию своего бизнеса в сельском туризме.

Список литературы

1. Официальный сайт: РОСАГРОТУРИЗМ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rosagrotourism.ru> (дата обращения 18.10.2015)

2. Официальный сайт: Сельский туризм, зеленый туризм, агротуризм, экологический туризм, отдых в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.naseo.ru/places/> (дата обращения 18.10.2015)

3. Официальный сайт: Национальная ассоциация организаций сельского туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://naturs.ru/prog2.php> (дата обращения 18.10.2015)

4. Официальный сайт: Агротуризм [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://agroturismo.ru/history.php> (дата обращения 18.10.2015)

УДК 379.82

Павлова Д. Б., магистрант,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

РОЛЬ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РАЗВИТИИ РЕГИОНА

Автор описывает необходимость развития событийного туризма в развитии регионов. Понимая важную роль событийных мероприятий в моделировании имиджа регионов, необходимо консолидировать усилия специалистов сферы общественных коммуникаций и органов региональной власти для решения актуальных задач формирования положительного имиджа.

Ключевые слова: события, имидж, туризм, факторы развития.

ROLE OF EVENT TOURISM IN DEVELOPMENT OF THE REGION

The author describes need of development of event tourism for development of region. Understanding an important role of event actions in modeling of image of regions it is necessary to consolidate efforts of specialists in the field of social communications and regional author it is to address the pressing problems of the formation of the positive image.

Keywords: events, image, tourism, development factors.

Сегодня, как никогда, актуально стоит вопрос о развитии внутреннего и въездного туризма. Государство вкладывает деньги в инфра-

структуру туризма, законодательную, научную базу, касающуюся туристской деятельности. Одним из самых перспективных и динамично развивающихся направлений в туризме является событийный туризм, доля которого в секторе туристических услуг ежегодно увеличивается. Современных туристов, как и любых других «потребителей территорий», все больше интересуют не только традиционные достопримечательности, сколько то, чем живет территория, какие события на ней происходят, каков ее стиль и ритм жизни. События – важный фактор, заставляющий туристов посещать различные регионы России. По данным Всемирной туристической организация (UNWTO), в России наблюдается заметный рост популярности событийного туризма и общее развитие инфраструктуры, связанной с этой отраслью. В 2013 году Россия попала в десятку самых популярных стран для событийного туризма [1].

Событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию. События встраиваются в существующий социально-культурный ландшафт и являются катализаторами процесса интеграции, популяризации ценностей, важным инструментом достижения взаимопонимания и сотрудничества, обогащения культур разных народов. В последние годы крупные спортивные, культурные, деловые события превратились в важный элемент государственной политики. Многие страны, в том числе и Россия, активно борются за право проводить на своей территории различные мероприятия международного масштаба. Страны включают эти глобальные события в свои стратегии экономического развития, решая за счёт них сразу несколько задач, включая модернизацию инфраструктуры, продвижение на мировом уровне и, как следствие, привлечение туристов и инвесторов. В зависимости от масштаба событийные мероприятия могут быть региональным, национальным, международным уровнем. Также событие может быть разовым, т.е. неповторяемым, либо периодическим, наблюдаемым ежегодно или в определенные периоды времени.

Событийный туризм сегодня – это не только перспективный и динамично развивающийся сегмент мирового туристского рынка, но и яркий, многогранный, бесконечно увлекательный инструмент продвижения территории. Понимая важную роль событийных мероприятий в моделировании имиджа регионов в целях реализации имиджевой политики, необходимо консолидировать усилия специалистов сферы общественных коммуникаций и органов региональной власти для решения актуальных задач формирования положительного имиджа. Результатом этого взаимодействия должны стать новые точки притяжения туристов.

Список литературы

1. Климова Т. Б., Вишневская Е. В., Богомазова И. В. К вопросу развития событийного туризма // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 6.

УДК 378.9

Голубева И. А.,
канд. экон. наук, доцент кафедры туризма и экологического менеджмента;
Лешкова О. В.,
канд. социол. наук, доцент кафедры туризма
и экологического менеджмента,
Хабаровская государственная академия экономики и права,
г. Хабаровск, Россия

АВТОБУСНЫЙ ТУРИЗМ В ХАБАРОВСКОМ КРАЕ: ОЦЕНКА ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ

В статье рассматриваются тенденции развития автобусного туризма на территории Хабаровского края. Дана характеристика имеющимся автотранспортным ресурсам с учетом их значимости для туризма, а также обозначены перспективные виды туризма с использованием автотранспортных сетей.

Ключевые слова и фразы: автобусный туризм, автодорожная сеть, туристский объект.

BUS TOURISM IN THE KHABAROVSKY KRAI: AN ASSESSMENT OF PROSPECTS FOR DEVELOPMENT

The article discusses trends in the development of coach tourism on the territory of Khabarovsk Krai. The characteristic of the resources available vehicles with regard to their significance for tourism, and given the promising types of tourism with the use of road networks.

Keywords: bus tourism, the road network, tourist attraction.

В настоящее время туризм является одним из перспективных и динамично развивающихся секторов экономики Хабаровского края, связанных с формированием комфортной среды проживания и закреплением населения в регионе. Удобное географическое положение, уникальная природа, исторические и культурные памятники создают все условия для развития на территории Хабаровского края внутреннего и въездного туризма. Туристский потенциал Хабаровского края – один из

самых богатых и разнообразных в стране, что позволяет развивать туризм всех видов, ориентированный на внутренний и внешний рынок.

Оценивая туристскую деятельность Хабаровского края, можно отметить, что край является одним из российских субъектов, обладающих значительным потенциалом по развитию международного и внутреннего автобусного туризма. В большей мере этому способствуют географическое положение региона, наличие природных и культурных ресурсов, а также активизация процессов международной интеграции в Северо-Восточную Азию посредством развития транспортных коммуникаций и транспортной инфраструктуры.

Удобное географическое положение и наличие транспортной инфраструктуры создают благоприятные условия для развития въездного туризма, ориентированного на рынки стран Северо-Восточной Азии (Китай, Япония, Республику Корея), а также обслуживания транзитного туристского потока, следующего через Хабаровск в европейскую часть Российской Федерации [2].

Транспортная инфраструктура Хабаровского края обеспечивает возможность реализации железнодорожного сообщения между дальневосточными территориями и центральными регионами России, между государствами Азиатско-Тихоокеанского региона и странами Восточной и Западной Европы; воздушных и речных перевозок между Россией, Японией, КНР, США, Сингапуром и Республикой Кореей; реализации автобусных перевозок между РФ и КНР. Современная транспортная система края представлена всеми видами транспорта: железнодорожным, водным, автомобильным, воздушным. Большая доля от общего объема перевозок туристов осуществляется воздушным транспортом, однако наличие сухопутных и водных границ с Китайской Народной Республикой позволяет также организовывать автобусные и железнодорожные туры и международные речные перевозки.

Автобусные перевозки занимают наименьшую долю в общем объеме туристских перевозок и, как правило, присутствуют в составе турпродукта в качестве вспомогательного трансферного транспорта. Основным вариантом использования автотранспорта в туристских перевозках являются городские и пригородные экскурсии (табл. 1). В меньшей степени в крае реализуются междугородние и международные автобусные туры (табл. 2).

Автобусные экскурсии являются наиболее распространенными, поскольку автобус в аспектах перевозки групп туристов внутри туристского центра не имеет себе равных. Наибольшая часть экскурсионных программ в туристских центрах организуется именно на автобусах. Самые востребованные автобусные экскурсии по городу Хабаровску – это об-

зорные. Они включают в себя посещение самых популярных мест, среди которых пл. Ленина, пл. Славы, Комсомольскую и Соборную площади, музей им. Гродеково, набережная реки Амур, зоосад им. В. Сысоева и др. Другие экскурсии носят тематический характер и предполагают использование автобуса в качестве средства доставки к месту проведения, например загородные экскурсии, спортивные экскурсии.

Для осуществления экскурсионных маршрутов некоторые туристические фирмы имеют свой транспорт или пользуются услугами аренды автотранспортного средства. Перевозки осуществляются на современных комфортабельных автобусах на 14, 24, 28, 30, 43 и 45 посадочных мест. Все экскурсионные автобусы оборудованы микрофонами или другой громкой связью, кондиционерами и отвечают требованиям комфортности и безопасности.

Таблица 1

Автобусные экскурсии по г. Хабаровску

Наименование экскурсии	Экскурсионная программа	Продолжительность	Организаторы	Средняя стоимость, руб. / 1 чел.
Хабаровск – мой город родной	Обзорная, городская	3 часа 45 мин	ЗАО «Хабаровсктурист»	235 – 290 руб.
Ради жизни на земле (памятные места Великой Отечественной войны)	Военно-историческая, городская	4 часа	ЗАО «Хабаровсктурист»	255 – 315 руб.
Под пологом леса	Природоведческая, загородная	3 часа	ЗАО «Хабаровсктурист»	280 – 340 руб.
Родные просторы	Этнографическая, загородная	6 часов	ЗАО «Хабаровсктурист»	450 – 520 руб.
От берегов Амура к берегам Биры и Биджана	Этнокультурная, загородная	10 часов	ЗАО «Хабаровсктурист»	850 – 950 руб.
Здравствуй, Хабаровск!	Обзорная, городская	2-3 часа	Объединение социально-культурных инициатив «Новое тысячелетие»	350 – 450 руб.
Вечерний Хабаровск	Обзорная, городская	2-3 часа	Объединение социально-культурных инициатив «Новое тысячелетие»	200 – 350 руб.

Наименование экскурсии	Экскурсионная программа	Продолжительность	Организаторы	Средняя стоимость, руб. / 1 чел.
Военно-исторический Хабаровск	Историко-краеведческая, городская	5 часов	Объединение социально-культурных инициатив «Новое тысячелетие»	От 600 руб.
Хабаровск православный	Религиозная, городская	2-3 часа	ОАО «Интур-Хабаровск»	От 600 руб.
Поездка в Большехеширский заповедник	Природоведческая, загородная	4-5 часов	ОАО «Интур-Хабаровск»	От 600 руб.
Православный Хабаровск	Религиозная, городская	2 часа	ООО «Единое агентство путешествий»	От 450 руб.
Старый Хабаровск	Историко-краеведческая, городская	2 часа	ООО «Единое агентство путешествий»	От 600 руб.
Вечерний Хабаровск	Обзорная, городская	2 часа	ООО «Единое агентство путешествий»	От 600 руб.
Музыкальный Хабаровск	Искусствоведческая, городская	2 часа	НП «Хабаровская краевая ассоциация экскурсоводов и гидов-переводчиков»	От 600 руб.
Православный Хабаровск	Религиозная, городская	2 часа	ООО «Центр отдыха и развлечений «РОСТОК»	300 – 500 руб.
Экскурсия в Русскую деревню	Этнокультурная, городская	3 часа	ООО «Центр отдыха и развлечений «РОСТОК»	590 – 850 руб.
Экскурсия в центр реабилитации диких животных «Утес»	Природоведческая, загородная	8 часов	ООО «Центр отдыха и развлечений «РОСТОК»	520 – 750 руб.
Экскурсия в музей нанайской культуры «Сикачи-Алян»	Этнографическая, загородная	3 часа	ООО «Центр отдыха и развлечений «РОСТОК»	520 – 400 руб.
Ночной Хабаровск	Обзорная, городская	2-3 часа	ООО «Центр отдыха и развлечений «РОСТОК»	280 – 600 руб.

Среди проблем в организации автобусных экскурсий можно отметить высокий износ и неудовлетворительное техническое состояние подвижного состава, низкая плотность и неоптимальная конфигурация дорожной сети, отсутствие подъездов с твердым покрытием к туристским объектам, удаленность объектов показа от основных транспортных узлов.

Линейка междугородних и международных туров, начинающихся из Хабаровска, весьма ограничена. Среди туристов пользуются популярностью автотуры в Приморье на различные базы отдыха (в летний период) и туры в Китайскую Народную Республику (круглогодично). Наличие протяженной сухопутной границы между Хабаровским краем и КНР позволяет реализовывать различные туристские программы с использованием автобусного транспорта. Однако текущее экономическое состояние Российской Федерации существенно ослабило спрос на популярные автотуры в КНР, и в летний период 2015 года существенно возросло количество туристов, приобретающих автотуры в Приморье. Следует заметить, что организованных автобусных туров непосредственно в Хабаровск или Хабаровский край нет. Это направление въездного туризма остается невостребованным.

Таблица 2

**Обзор междугородних и международных автотуров
с территории Хабаровского края**

Название тура	Продолжительность тура	Средняя стоимость, руб./1 чел.
Автобусный тур в Приморье	2-3 дня	12 100 – 24 000 руб.
Летний тур на Байкал	5-7 дней	13 500 – 28 500 руб.
Автобусный тур в г. Биробиджан	1-2 дня	980 – 1 000 руб.
Автобусный тур в КНР (Цзямусы, Хуньчунь, Харбин)	4-9 дней	13 600 – 35 500 руб.
Автобусный тур в КНР (приграничные города)	2-4 дня	8500 – 12 000 руб.

В международных автобусных турах неразвитость транспортной сети, в том числе приграничной инфраструктуры, низкое качество обслуживания на транспорте, высокая стоимость перевозки и другие проблемы транспортного обеспечения туристской деятельности на региональном уровне не позволяют в полной мере использовать преимущества географического, геополитического, природного, культурного и других факторов Хабаровского края для развития как пассажирских перевозок, так и туризма в целом.

Среди основных факторов транспортного обеспечения, сдерживающих развитие туристской отрасли в Хабаровском крае, можно выде-

лить невысокий уровень концентрации транспортных артерий, низкое качество автодорожного покрытия и отсутствие придорожной инфраструктуры, высокую себестоимость транспортных перевозок и низкий уровень обслуживания, недостаточно развитую инфраструктуру транспортных узлов, моральную устарелость и техническую отсталость подвижного состава.

В то же время к основным факторам роста индустрии туризма в крае можно отнести наличие уникального природного туристско-рекреационного потенциала для развития внутреннего и въездного туризма, достаточное количество туристских фирм, способных принимать иностранных туристов, близость к странам Азиатско-Тихоокеанского региона и возможность активных туристских обменов между указанными странами.

Необходимость развития международных автобусных туристских перевозок в крае связана с тем, что в ближайшие годы будет окончено строительство нового круглогодичного мостового перехода на острове Большой Уссурийский, находящегося в черте г. Хабаровска и граничащего с КНР, а это в свою очередь повлечет развитие туристско-транспортных связей и увеличение объемов туристских автобусных перевозок.

Для развития туризма на территории Хабаровского края было подписано Постановление Правительства Российской Федерации «Развитие внутреннего и въездного туризма в Хабаровском крае (2013-2020 годы)», согласно которому перспективными территориями для развития въездного и внутреннего туризма были признаны окрестности городов Хабаровска, Комсомольска-на-Амуре, Советской Гавани и остров Большой Уссурийский [1]. Именно эти направления автобусного туризма на территории края могут стать самыми прибыльными и иметь большой спрос у жителей Хабаровского края и всего Дальнего Востока. Развитие дорожных сетей края сможет положительно повлиять на частоту туристских автобусных перевозок. Открытие новых направлений автобусного туризма на территории Хабаровского края также будет способствовать устранению фактора сезонности автобусных туров и позволит сократить отток туристов в близлежащий Приморский край.

Перспективным направлением по развитию автобусного туризма в Хабаровском крае в настоящее время является остров Большой Уссурийский. Создание нового транспортного перехода позволит региону закрепить за собой статус приграничного города с новыми задачами развития международных связей с Северо-Восточным Китаем. Прогно-

зируется, что развитие туристско-рекреационной инфраструктуры острова позволит к 2020 году увеличить туристский поток на Большой Уссурийский остров из КНР до 1,5 миллионов человек в год. Рост внутреннего туристского потока края возрастет, как ожидается, с 345 тысяч до 575 тысяч человек в год. При этом рост доходов от туризма должен увеличиться на 2,1 миллиарда рублей в год [3].

Нужно отметить, что с учетом имеющихся перспектив автобусный туризм в Хабаровском крае при должном развитии может перерасти в перспективное направление «туризм выходного дня». А ведь известен тот факт, что туры выходного дня значительно снижают сезонные колебания и повышают доходность от туризма в целом, что крайне необходимо туристской отрасли сегодня. Более того, это позволит перенаправить туристско-транспортные потоки, сделав их двухсторонними.

Качественно организованный въездной автобусный тур может стать визитной карточкой Хабаровского края, своеобразным приключением для туристов, основанному на реальных исторических фактах, событиях многовековой давности и других особенностях края и города. Следует заметить, что именно транспортная составляющая играет важнейшую роль в формировании туристской отрасли. Решение транспортных задач в области туризма позволит создать в Хабаровском крае современный высокоэффективный и конкурентоспособный туристский комплекс, обеспечивающий широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан.

Список литературы

1. Краевая целевая программа Хабаровского края «Развитие внутреннего и въездного туризма в Хабаровском крае (2013-2020 годы)» [Электронный ресурс]. URL : <http://www.gov.khabkrai.ru> (дата обращения 11.09.2015)
2. Туристический портал Хабаровского края [Электронный ресурс]. URL: <http://www.travel.khv.ru> (дата обращения 11.09.2015)
3. Концепция Проекта «Комплексное развитие острова Большой Уссурийский». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultantplus://offline/main?base=RLW011> (дата обращения: 07.06.2015).

Злобина. Е. В.,
старший преподаватель кафедры физической культуры,
Марийский государственный университет,
г. Йошкар-Ола, Россия, kaffks@marsu.ru

ФОТОТУРИЗМ: СПЕЦИФИКА, ФУНКЦИИ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ МАРИЙ ЭЛ

В статье анализируются особенности такого относительно нового и немассового вида туризма как фототуризм, выделяются его основные функции, отмечается важность теоретической и практической подготовки путешественника к участию в туре и к будущей фотосъемке, а также говорится о перспективах развития фототуризма в России и Республике Марий Эл.

Ключевые слова: туризм, фототуризм, туристическая фотография, Республика Марий Эл.

PHOTOGRAPHY TOURISM: SPECIFICITY, FUNCTIONS, DEVELOPMENT PROSPECTS IN THE REPUBLIC OF MARI EL

The characteristics of such relatively new and non-mass type of tourism as photography tourism are analyzed in the article, its main features are emphasized, the importance of the traveler's theoretical and practical training for participating in tours and photo shooting are underlined. The author also says about the development prospects of photography tourism in Russia and the Republic of Mari El.

Keywords: tourism, photography tourism, travel photography, the Republic of Mari El.

Фототуризм – это активно развивающееся в некоторых странах направление туризма. Это вид путешествий, цель которого не только отдохнуть, увидеть мир, но и запечатлеть его на фотоснимке и повысить свой фотографический уровень. Известно, что использование фотоаппарата возможно в любом виде туризма: в экологическом, гастрономическом, рекреационном, познавательном, паломническом и т.д. Но только в фототуризме фотосъемка является основной составляющей деятельности путешественника.

Анализируя литературу, посвященную фототуризму, а также в целом фотографированию в путешествиях, можно отметить, что и несколько десятилетий назад, и ныне авторам интересна эта тема. Например, в изданной в 1988 году книге А. Арбита и Д. Луговьера «Фотография и киносъемка в путешествии» [1] дается информация об общих теоретических основах фотографии, рассказывается о специфике фотографирования во время путешествия. Разумеется, большая часть материала

книги не будет актуальна для современных фотопутешественников, использующих иное фотооборудование, хотя здесь можно найти и полезные сведения, например, по хранению оборудования в неблагоприятных погодных условиях и др. В любом случае чтение таких книг всегда интересно любителям истории фотографии.

Что же касается современных публикаций, которые могут оказаться полезными фотопутешественнику, то это книги по пейзажной, архитектурной фотографии и т.п. Часто сами организаторы фототуров предлагают к реализации теоретические материалы. В свет также выходят и статьи, посвящённые анализу фототуризма как вида путешествий.

Так, интересной представляется статья А. А. Корнеева, Е. А. Иошиной, М. Р. Киносян «Основные аспекты развития фототуризма на территории Ямало-Ненецкого автономного округа» [2]. Авторы анализируют фототуризм на территории Ямало-Ненецкого автономного округа, факторы, влияющие на появление и развитие фототуризма, предлагают классификацию фототуров. В своей статье авторы сделали попытку дать определение данному виду туризма. Фототуризм они определяют как «путешествия по природным, историко-архитектурным, этнографическим и другим местам и достопримечательностям с целью создания высококачественных фотографий и повышения мастерства фотосъёмки» [2, с. 99]. В определении довольно полно отражается феномен фототуризма, но здесь можно поспорить с тем тезисом, что его целью является создание именно высококачественных фотографий.

Существуют разновидности фотоискусства, в рамках которых создаются исключительно некачественные изображения (это лomoграфия, мобилография и др.), или такие виды, как пинхольная фотография (фотосъёмка происходит без линз), когда добиться высококачественного фотоснимка вряд ли получится. Поэтому осмелимся сделать уточнение в вышеупомянутом определении понятия «фототуризм». Фототуризм – это путешествия по природным, историко-архитектурным, этнографическим и другим местам и достопримечательностям с целью создания фотографий в рамках определенного жанра и фотографической техники и повышения мастерства фотосъёмки. Причём обратим внимание, что здесь понятие «фотографическая техника» используется не как фотооборудование, а как совокупность средств и приёмов создания фотоснимка (например, панорамная, таймлапс, HDR-техника, инфракрасная и т.д.).

В нашей статье нам хотелось бы обозначить ряд функций фототуризма. Некоторые из них можно отнести к туризму в целом, а некоторые выделить как специфические, характерные именно для фототуризма.

Названные функции проявляются в разной степени в зависимости от целей путешествия.

Итак, функции фототуризма следующие:

1) *образовательная*. Каждый фотопутешественник во время подготовки и самого путешествия познаёт новое, изучает архитектурные и природные объекты, которые посещает, исследует климатические условия местности своего тура для создания наиболее комфортных условий пребывания и готовности безопасно хранить и переносить фотооборудование. Во время подготовки путешественники также изучают материалы, касаемые фотографирования, получают необходимые теоретические знания самостоятельно из общедоступных источников или от инструктора. Обратим внимание на то, что в этом плане работа с инструктором имеет ряд преимуществ, ведь он даёт информацию, которую «пропустил через себя», то, что получил благодаря своему собственному опыту, рассказывает о трудностях, которые могут встретиться на пути фотопутешественника. Он может сообщить, какой минимум фотооборудования необходимо брать с собой, научить, как быть находчивым и изобретательным. Например, не каждый фотограф знает, что в некоторых случаях при отсутствии штатива можно обойтись обычной верёвкой;

2) *воспитательная*. Средства туристической деятельности и фотоискусства помогают в формировании личностных качеств человека;

3) *развлекательная*. Фототуризм – это развлечение, приятное времяпрепровождение, удовольствие;

4) *физкультурно-оздоровительная*. Фототуризм помогает восстановить физическое и психическое здоровье человека, отвлечься от повседневности на новой местности, в новом городе или прикоснуться к оздоровительным силам природы во время путешествия на море или в горах. Также можно подчеркнуть, что перед тяжёлым путешествием в суровых или труднопроходимых условиях путешественник занимается своей физической подготовкой. Физподготовка важна, если предстоит переносить большие грузы (турснаряжение, фотооборудование, пищу и т. д.). Отметим, что ныне разработчики фототехники стараются использовать в своём производстве легкие, прочные материалы, минимизировать вес, который предстоит переносить будущему пользователю. Тем не менее фотокамера, сменные объективы, штатив, даже легковесные фотофильтры в совокупности могут оказаться тяжёлой ношей для путешественника;

5) *коммуникативная*. Общение фотопутешественника с единомышленниками происходит как в рамках подготовки самого тура, так и посредством визуального языка фотографий, когда фотограф представляет публике плоды своего труда;

б) *творческая*. Во время своего путешествия фотограф создаёт уникальные, индивидуальные фотоизображения, показывает себя художником. Результатом его творческой деятельности могут стать фото-выставки, участие в фотоконкурсах, создание виртуальных карт в Интернете.

Мы назвали лишь некоторые функции, которые присущи фототуризму. Можно также сказать, что роль данного вида деятельности заключается и в раскрытии фотографа в качестве психолога, когда он пытается изобразить жизнь улиц, психологию прохожих, или в качестве эстета, когда он доносит до зрителя всю красоту окружающей его в путешествии местности.

Фототуризм распространён в регионах нашей страны неравномерно. Несмотря на то что с каждым днём он становится всё популярней среди отдыхающих и фотолюбителей, тем не менее туроператоров, работающих в данном направлении, не так много. Участие в большинстве подобных проектов под руководством опытных фотографов, инструкторов, экскурсоводов имеет высокую стоимость. Однако это и понятно, так как помимо издержек, связанных с самой поездкой, туристу необходимо оплачивать и теоретическую подготовку по фотосъёмке, своё сопровождение во время тура инструкторами или фотографами. Проанализировав в Интернете предложения туристических компаний, предлагающих фотопутешествия, можно отметить, что их деятельность больше нацелена на посещение зарубежных стран, экзотических мест, например, Востока, Африки. Хотя предлагаются и путешествия в пределах России (Алтай, Байкал, Камчатка). Реже можно обнаружить кратковременные фототуры в сельскую местность, в небольшие города России.

В Республике Марий Эл едва ли найдётся организация или инструктор, предлагающие регулярные фототуры в нашем регионе. Есть энтузиасты, которые самостоятельно или со своими семьями совершают поездки с целью запечатлеть на фотографии жизнь людей и красоту природы республики. К таким любителям путешествия и фотографии можно отнести жителя г. Йошкар-Олы педагога Александра Баданова. В своём интернет-блоге [3] он публикует снимки фотопутешествий (в том числе и виртуальные панорамы), сопровождает их текстовой информацией, знакомя всех посетителей блога с республикой. По большому счёту, говорить об активном развитии фототуризма в Республике Марий Эл на сегодняшний день не приходится. Тем не менее можно обратить внимание на рост популярности фотографии как вида деятельности, как хобби среди населения региона. И создание подобных туристических проектов могло бы стать довольно перспективным в виду заинтересованности жителей

фотоискусством. Организация фототуров может быть совместной работой турагентств и профессиональных фотографов города Йошкар-Олы и республики, а также деятельностью в рамках учебного процесса фотоскол и общеобразовательных школ при внеклассной работе.

Итак, безусловно, фототуризм имеет большое будущее. Для его становления и развития в регионах нашей страны предстоит ещё многое сделать (подготовка специалистов, информирование населения), но то, что популярность фотопутешествий в России и мире будет с каждым годом расти, не оставляет сомнений.

Список литературы

1. Арбит А. Е., Луговьер Д. А., Фотография и киносъемка в путешествии. М.: Профиздат, 1988. 216 с.
2. Корнеев А. А., Иошина Е. А., Киносян М. Р. Основные аспекты развития фототуризма на территории Ямало-Ненецкого автономного округа // Сервис в России и за рубежом. 2014. № 7. С. 98-106.
3. Блог Александра Баданова [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://badanovag.blogspot.ru/> (дата обращения 30.10.2015).

УДК 379.851

Носкова Е. П.,
старший научный сотрудник, Elena.Noskova@tatar.ru;
Прыгунова М. И.,
научный сотрудник, Mariya.Prigunova@tatar.ru;
Егоров Д. О.,
научный сотрудник, Dmitriy.Egorov@tatar.ru,
Центр перспективных экономических
исследований Академии наук Республики Татарстан,
г. Казань, Россия

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ В КОНТЕКСТЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Событийный туризм и событийный маркетинг как два взаимосвязанных явления рассматриваются авторами в рамках проведения в России спортивных мероприятий международного уровня («мегасобытий»). В статье представлены данные об изменении туристического потока в г. Казани в связи с проведением Универсиады в 2013 г. и Чемпионата мира по водным видам спорта в 2015 г.

Ключевые слова: территориальный маркетинг, событийный туризм, спортивные мегасобытия, Универсиада-2013, Чемпионат мира по водным видам спорта в 2015 г.

EVENT TOURISM IN THE CONTEXT OF INTERNATIONAL SPORTS EVENTS

Event tourism and event marketing as the two related phenomena are considered by the authors as part of Russia's sporting events of international level («mega-events»). The article presents data on changes in tourist flow in the Kazan city on the occasion of the Universiade in 2013 and the FINA World Championships in 2015.

Keywords: territorial marketing, event tourism, sporting mega-event, the Universiade 2013, the FINA World Championships 2015.

Публикация подготовлена при поддержке гранта РГНФ №15-3201322 «Имитационное моделирование геодемографической инфраструктуры региона: прогностическая геоинформационная модель»

Событийный территориальный маркетинг рассматривается на современном этапе как эффективный инструмент для продвижения эксклюзивных отличий региона: образ, имидж, бренд, репутация. По оценке Т. Б. Климовой, Е. В. Вишневецкой, доля событийного маркетинга среди других маркетинговых инструментов приблизилась к 50% [4]. В рамках предложенной читателям статьи событийный маркетинг рассматривается в отношении к территориальным образованиям (региону, городу и проч.) как инструмент продвижения территории, продвижения ее интересов с помощью крупных и значимых событий [6]. Актуальность событийного территориального маркетинга для России обусловлена проведением «мегасобытий» – крупномасштабных мероприятий мирового уровня – в России, таких как: XXVII Всемирная летняя Универсиада 2013 года в г. Казани, XXII Зимние Олимпийские игры 2014 года в г. Сочи, Чемпионат мира по водным видам спорта 2015 года в г. Казани, Чемпионат мира по футболу 2018 года в России, World Skills Competition 2019 года в г. Казани. Мероприятия подобного уровня способствуют развитию в принимающих регионах событийного туризма, ориентированного на посещение местности в определенное время, связанное с каким-либо событием. Причем в данном контексте под событием следует понимать «организационно сложный проект, который дает возможность ознакомить потенциальных потребителей с новыми свойствами территории как объекта для привлечения инвестиций, формировать имидж территории, способствуя значительному увеличению узнаваемости ее в глобальном экономическом пространстве» [4].

Отметим, что в свете спортивных мегасобытий, проведенных в г. Казани в последние пару лет, туристическая популярность столицы Татарстана заметно выросла. Далее проанализируем подробнее те изме-

нения в туристическом секторе г. Казани, которые были вызваны проведением Универсиады летом 2013 г. как первого знакового события международного уровня.

Российский сервис онлайн-бронирования отелей Okto.ru составил топ-5 самых популярных городов по путешествиям в Международный женский день 8-го марта в 2014 году. В первую пятерку городов входят Казань, Санкт-Петербург, Ярославль, Нижний Новгород и Вологда. Рейтинг Okto.ru составлен на основании данных броней отелей в праздничные выходные с 8 по 10 марта [1]. Также Казань, как утверждают в туристических компаниях, – это самый популярный город в России для путешествий с детьми, отдыха на майские праздники и экскурсионных поездок в целом.

Развитие туристской инфраструктуры республики обусловлено подготовкой к проведению крупных международных мегасобытий и связанного с ними открытия нового терминала аэропорта и ветки аэроэкспресса, а также северного транспортного терминала «Казань-2».

Наиболее высокими темпами развивались гостиничный сектор и туристские услуги. Так, в 2013 году по сравнению с 2008 годом численность размещенных в гостиницах увеличилось в 2,6 раза, а количество самих гостиниц увеличилось в 2,5 раза (рисунок 1). На конец 2013 года в Казани функционировало 127 гостиниц, включая hostels, с номерным фондом 5819 номеров, вместимостью 10063 места. Номерной фонд увеличился на 20%.



Рис. 1. Деятельность гостиниц и аналогичных средств размещения в Республике Татарстан за 2008-2013 годы [2]

В рамках подготовки к Универсиаде 1270 сотрудников гостиничных объектов обучались в области повышения качества обслуживания, сервиса и клиентоориентированности [3], более 250 гидов и экскурсоводов прошли переобучение и аккредитацию на знание спортивных объектов и истории Летних Игр.

В долгосрочной программе развития туризма заложены механизмы создания новых туристических объектов и туристских продуктов. Среди реперных точек развития туристических центров Республики Татарстан выделяются Чистополь, Болгар, Свияжск, Елабуга и Казань.

В целом, проведение Универсиады позволило существенно повысить привлекательность Казани для туристов, поскольку столице Татарстана удалось значительно повысить свою узнаваемость в России и мире.

На сегодняшний день темпы роста туристского потока в Казани остаются высокими. Самым значимым событием текущего года было проведение в Казани Чемпионата мира по водным видам спорта. В период проведения чемпионата в 29 отелях города было размещено порядка 7,5 тысяч и участников и гостей соревнований, в Деревне Спортсменов – 3,5 тысячи человек. За период проведения Чемпионата мира ФИНА Казань посетило 170 тысяч туристов. Средняя загрузка в отелях города с 18 июля по 8 августа составила 95%, с 9 по 16 августа – 70 %. По данным мэрии г. Казани, с января по август 2015 года столицу Республики Татарстан посетили более 1,7 млн туристов – столько же, сколько за весь прошлый год. Причем к концу 2015 года прогнозируется увеличение туристского потока до 2 млн человек [5].

В Республике Татарстан также осуществляется развитие национального событийного туризма, в частности, связанного с проведением ежегодного народного праздника окончания весенних полевых работ – Сабантуй, который предлагают «растянуть» по времени на несколько дней, а не проводить его в один день. Связано это в первую очередь с тем, что туроператорам довольно трудно заранее спланировать заезд групп на это время, так как заранее дата Сабантуя неизвестна. А праздник, длящийся несколько дней, привлечет гораздо больше внимания.

В заключение отметим, что развитие туризма является важной социально-экономической задачей в виду того, что рождает спрос на услуги предприятий сектора экономики, связанных с обслуживанием гостей города (гостиницы, рестораны, транспорт и т.д.), что в свою очередь повышает выход продукции этих отраслей и способствует увеличению ВРП, повышению занятости населения.

Список литературы

1. Данные Министерства по делам молодежи и спорта Республики Татарстан [Электронный ресурс] / Официальный сайт. Режим доступа: <http://mdms.tatarstan.ru/rus/turnews.htm> (дата обращения 02.10.2014).
2. Данные Министерства по делам молодежи и спорта Республики Татарстан [Электронный ресурс] / Официальный сайт. Режим доступа http://mdms.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub_219162.pdf (дата обращения: 02.08.2014).
3. Данные Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] / Официальный сайт. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/build_mg/# (дата обращения 02.10.2014).
4. Климова Т. Б., Вишневская Е. В. Событийный маркетинг: новый вектор развития территорий [Электронный ресурс] // Научный результат. 2014. № 2. С. 80-84. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sobytiynnyu-marketingovuyu-vektor-razvitiya-territoriyu> (дата обращения 28.10.2015).
5. К концу декабря годовой показатель потока туристов в Казани достигнет 2 млн человек [Электронный ресурс] / Официальный сайт Мэрии г. Казани. Режим доступа: <http://www.kzn.ru/news/50873-k-kontsu-dekabrya-godovoj-turisticheskij-potok-kazani-dostignet-2-mln-chelovek> (дата обращения 28.10.2015).
6. Носкова Е.П. Спортивный брендинг как инструмент повышения привлекательности региона // Территориальные исследования: цели, результаты и перспективы: Тезисы VIII Всероссийской школы-семинара молодых ученых, аспирантов и студентов. Биробиджан, 22-25 сентября 2015 г. / под ред. Е. Я. Фризмана. Биробиджан: ИКАРП ДВО РАН – ФГБОУ ВПО «ПГУ им. Шолом-Алейхема», 2015. С 293-296.

УДК 331.108.26

Виногорова Н. А., магистрант;

Полухина А. Н.,

д-р экон. наук, профессор кафедры сервиса и туризма,

PoluhinaAN@volgatech.net,

Поволжский государственный технологический университет,

г. Йошкар-Ола, Россия

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РОССИИ

В статье рассматривается ряд комплексных мер, направленных на поддержку туристской деятельности в регионах России. Развитие сельского туризма позволяет решить ряд социально-экономических задач федерального и регионального значения.

Ключевые слова: сельский туризм, внутренний туризм, сельская экономика.

PROSPECTS OF RURAL TOURISM DEVELOPMENT IN RUSSIA'S REGIONS

The article discusses a number of comprehensive measures to support tourist activity in the Russian regions. The development of rural tourism allows us to solve a number of socio-economic tasks of Federal and regional significance.

Keywords: rural tourism, domestic tourism, rural economy.

Сельский туризм – это сектор туристской индустрии, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и других ресурсов сельской местности и её особенностей для создания комплексного туристского продукта.

В последние годы во многих регионах России наблюдается активное становление сельского туризма как одного из направлений альтернативной занятости сельского населения. Сельский туризм сегодня представлен в следующих видах:

- сдача в наем домов и комнат в сельской местности в экологически чистых районах;
- организация «сельских» туров с проживанием и питанием туристов в деревенском (фермерском) доме, знакомством с бытом;
- создание туристических деревень на основе существующих сельских поселений с традиционной народной деревянной архитектурой.

Для России сельский туризм является относительно новым и перспективным направлением, позволяющим, с одной стороны, горожанам приобщаться к традиционному укладу жизни сельских жителей, с другой – развивать несельскохозяйственные виды деятельности на селе.

Суть данного вида туризма заключается в отдыхе в сельской местности, где все организационное обеспечение проживания туристов берет на себя принимающая семья [3].

Важность решаемых задач обуславливает приоритетность проблемы развития сельского туризма, ставит ее в ряд социально-экономических задач, имеющих федеральное и региональное значение. Среди них можно выделить следующие:

- обеспечение занятости сельского населения, создание новых рабочих мест;
- сохранение малых населенных пунктов, а значит, и сельского быта;
- улучшение условий жизни сельского населения, рост доходов;
- стимулирование изучения народных обычаев и обрядов;
- возрождение и пропаганда традиционных ценностей и образа жизни;
- развитие народных промыслов;

- развитие малого предпринимательства на селе.

Рассматривая туризм в качестве одной из приоритетных отраслей национальной экономики, государство предпринимает ряд других конкретных мер, направленных на поддержку туристской деятельности.

Одной из наиболее эффективных форм такой поддержки является разработка и реализация федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2016 гг.)» [1].

Основной целью программы является существенное повышение конкурентоспособности российского туристского рынка, который должен обеспечить российских и иностранных туристов качественными туристскими услугами.

В рамках программы бюджетные средства будут направлены:

- на капитальное строительство и модернизацию объектов инженерной инфраструктуры создаваемых туристских объектов;
- проведение научно-исследовательских работ в области внутреннего и въездного туризма;
- реализацию мероприятий по продвижению и пропаганде отечественного туристского продукта на внутреннем и мировом рынках;
- повышение квалификации и подготовку кадров для туристской индустрии, внедрение программ «обучения обучающихся» и др.

Дополнительный пакет мер по диверсификации сельской экономики и расширению сельского рынка труда указан в Федеральной целевой программе «Социального развития села до 2012 года» и предусмотрен Концепцией устойчивого развития сельских территорий на период до 2020 года [2]. В этих пакетах предусмотрены меры:

- по расширению круга получателей субсидированных кредитов на развитие несельскохозяйственной деятельности на селе;
- введению налоговых и таможенных льгот для хозяйствующих субъектов, открывающих несельскохозяйственное дело;
- правовая регламентация создания рабочих мест в несельскохозяйственной сфере для трудоустройства высвобождаемых работников.
- выделение преференций в государственной поддержке регионам с особо сложной ситуацией на сельском рынке труда.

Таким образом, развитие сельского туризма в регионах России имеет большие перспективы. Государственные меры поддержки сельской индустрии туризма позволяют решить проблемы и задачи, связанные с сельской экономикой регионов.

Список литературы

1. Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2016 годы)»

2. Федеральная целевая программа «Социальное развитие села до 2012 года»
3. Доклад «Сельский туризм – одно из направлений развития сельских территорий России» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://pandia.ru/text/77/156/21644.php> (дата обращения 25.10.2015).

УДК 332.15

Гребнева Н. А., студентка;
Васина С. М.,
канд. ист. наук, зав. кафедрой сервиса и туризма,
Поволжский государственный технологический университет
г. Йошкар-Ола, Россия

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КУЖЕНЕРСКОМ РАЙОНЕ РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ

В данной статье рассматриваются актуальные проблемы развития туризма на территории Куженерского района, а также пути их преодоления.

Ключевые слова: туризм, развитие туризма, инфраструктура, Куженер.

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF TOURISM IN KUZHENER DISTRICT RESPUBLIK OF MARI EL

In this article actual problems of the development of tourism in Kuzhener district are examined and also the ways of their get over difficulties.

Keywords: tourism, development of tourism, infrastructure, Kuzhener.

Туризм на современном этапе развития общества является одним из инструментов оживления экономики. Он стимулирует развитие экономической деятельности, транспорта, торговли, производства сувенирной продукции, связи, общественного питания, сельского хозяйства, строительства. Туризм способен играть важную роль в решении социальных проблем, обеспечивая создание рабочих мест и занятость населения, способствуя повышению благосостояния нации, восстановлению работоспособности, поддержанию и укреплению здоровья.

Куженерский район расположен в живописном Волго-Вятском водоразделе и примыкает к Вятскому увалу. В районе два комплексных природных заказника регионального значения «Горное Заделье» и «Каменная Гора», 8 памятников археологии рубежа первого и второго тысячелетий нашей эры, 30 ландшафтных памятников, много памятников истории, архитектуры, градостроительства. Природный заказник «Ка-

менная Гора» находится на одной из возвышенностей Вятского увала на высоте приблизительно 150 м над уровнем моря. Эту местность часто называют «Марийской Швейцарией» [2].

Однако при всей привлекательности района туризм развивается довольно медленно и не масштабно. Причинами этого являются:

1) значительные финансовые вложения в развитие туризма: благоустройство туристических объектов, затраты на проживание туристов, питание, развлечения, перевозку и др;

2) слабо развитая социальная инфраструктура туристических услуг: некачественные дороги, отсутствие придорожного сервиса, отсутствие гостиниц и др;

3) отсутствие профессиональных кадров, которые обеспечивают качественное предоставление туристского продукта;

4) недостаточное информационное обеспечение туристов: отсутствие указателей, схем проезда или прохода, сведений о культурных объектах;

5) не уделяется должного внимания развитию туризма со стороны местных властей.

Таким образом, для создания на территории района современной конкурентоспособной туристской отрасли необходимо решить комплекс проблем и выполнить следующие задачи:

- подготовить нормативно-правовую базу для развития в Куженерском муниципальном районе системы государственно-частного партнерства в сфере туризма.

- создать экономические условия для притока частных инвестиций в туристскую отрасль и увеличения ее доходности.

- развивать и совершенствовать базовую и сопутствующую инфраструктуру туризма.

- создать бренд, сформировать узнаваемый и конкурентоспособный туристский продукт.

- продвигать туристские ресурсы района на республиканский, российский и мировой туристский рынок [1].

Современные требования, предъявляемые туристом, предполагают создание качественного туристского продукта: проживание в комфортных условиях, разнообразие и доступность услуг, качественное обслуживание, безопасность туризма, конкурентоспособную цену. Создание такого туристского продукта требует проведения последовательной политики и координирующего участия со стороны государства, комплексного решения проблем туризма на основе государственно-частного партнерства, предусматривающего эффективное взаимодействие всех органов власти, общественных и научных организаций и бизнеса.

Список литературы

1. Муниципальная целевая программа «Развитие туризма в Куженерском муниципальном районе на 2012 - 2016 годы»;

2. Информационный ресурс Республики Марий Эл [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.12rus.ru/>.

УДК 338.482.22

Крысова Е. В.,

канд. филос. наук., доцент,

KrysovaEV@volgatche.net

Поволжский государственный технологический университет

г. Йошкар-Ола, Россия

РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА: ОТ ГОРОДСКОЙ ДОМИНАНТЫ К СЕЛЬСКОЙ

В статье рассматриваются история, функции и преимущества развития туризма на сельских территориях. Автор показывает значение сельского туризма для местных жителей и туристов, раскрывает особенности развития сельского туризма в Республике Марий Эл.

Ключевые слова: сельский туризм, диверсификация услуг, особенности развития.

REGIONAL TOURISM DEVELOPMENT: FROM URBAN TO RURAL DOMINANT

The article discusses the history, features and benefits of tourism development in rural areas. The author shows the importance of rural tourism for the locals and tourists alike, especially the development of agriculture calls truism in the Republic of Mari El.

Keywords: rural tourism, diversification of services, particularly development.

По данным мониторинга деятельности туристских организаций республики Марий Эл, внутренний и въездной туристские потоки (с учетом экскурсантов) за 2014 г. составили 422, 3 тыс. человек. Количество иностранных граждан, въехавших на территорию республики, увеличилось до 6,6 тыс. человек. При этом наибольшее число туристов и экскурсантов посетило города Йошкар-Олу, Козьмодемьянск, а также Юринский и Звениговский муниципальные районы [3]. Безусловно, Республика Марий Эл обладает природным и культурным наследием и имеет потенциал для расширения спектра рекреационных услуг и развития определенных ви-

дов туризма. Одним из таких видов является сельский туризм, привлекающий внимание потенциальных туристов к «глубинке».

Обратимся к истокам возникновения сельского туризма. Пробраз сельского туризма появился в Америке во время Великой депрессии. В связи с реализацией проектов Ф.-Д. Рузвельта возникла внутренняя миграция населения, увеличилось количество поездок, во время которых люди нуждались в кратковременном отдыхе и питании. Именно фермерские хозяйства обладали всем необходимым для удовлетворения таких потребностей. Урбанизация городов в 1960-70-е гг. становится еще одной вехой в развитии сельского туризма, когда распространение получают *u-pick farms* – фермы, особенностью которых было то, что на них принимали туристов, которые могли проживать непосредственно на ферме, питаться продуктами, произведенными хозяевами, кататься на лошадях, принимать участие в дегустации вин, но главным их преимуществом было то, что туристы могли сами заниматься сельскохозяйственной деятельностью на территории фермы.

В Европе развитие сельского туризма было связано с индустриализацией сельского хозяйства, которое после Второй мировой войны претерпело существенные изменения. Возросшая технологичность привела к коммерциализации сельского хозяйства, снижению численности фермеров. Европейские фермеры стали искать возможность альтернативного использования своих активов путем диверсификации деятельности. В 1971 г. во Франции образована ассоциация «Туризм в сельской местности», координировавшая организацию сельского туризма в национальном масштабе. В Италии в 1973 г. в автономной провинции Тренто был принят закон, в котором было прописано, что туроператорская фирма обязана иметь в штате сотрудника, занимающегося турами в сельскую местность. В Италии существует несколько национальных организаций сельского туризма, и все они поддерживают отношения с парламентом, министерствами, государственными органами власти. Эти ассоциации занимаются сертификацией итальянских ферм, осуществляют информационную поддержку фермеров, содействуют разработке и публикации руководств по сельскому туризму. В наше время на Кипре действует программа сельского туризма, предназначенная оживить сельские деревни, диверсифицировать туристский продукт, развивать новые специфические виды деятельности в сельской местности, а также сохранять природу, культуру и окружающую среду [5, с. 170-172]. Таким образом, сельский туризм это не только продукт, предлагаемый для удовлетворения потребительского спроса туристов, но и альтернативная форма занятости на селе.

Поток неорганизованных туристов, прибывающий в популярные сельские места, как за рубежом, так и в России, свидетельствует о наме-

тившейся тенденции смещения доминанты в туризме: от городской к сельской. Основной функцией сельского туризма является рекреационная, цель которой – восстановление благоприятного психологического и физического самочувствия человека. Экономическая функция объединяет создание рынка для реализации специфических ресурсов сельских местностей (стимулирование экономического роста сельских территорий) и развитие нового сегмента рынка туристских услуг. К преимуществам сельского туризма относят создание новых рабочих мест для сельского населения, развитие производства экологически чистых продуктов питания, увеличение финансовых потоков на селе, создание современной социально-бытовой инфраструктуры на селе, развитие ремесел, повышение роли и значимости местного самоуправления; формирование планов развития с учетом интересов местных жителей [1, с. 110].

В Республике Марий Эл из 14 административных районов наиболее перспективными для развития отдельных видов сельского туризма представляются Волжский, Медведевский, Сернурский, Мари-Турекский, Параньгинский, Звениговский, Горномарийский районы, а также Килемарский, Юринский, Моркинский районы [6, с. 118]. Важной точкой отсчета для развития сельского туризма в республике явился 2007 год. Именно тогда Информационный, туристический, культурный и деловой центр Республики Марий Эл получил грант Европейского Совета на развитие сельского туризма в 2007-2009 гг. по проекту «Активизация социально-экономического развития на базе природного и культурного потенциала региона биосферного резервата Кугу-Какшан». Территории Медведевского, Килемарского и Звениговского районов, входящих в границы биосферного резервата, уникальны по природным богатствам и культурному наследию. В проект вошли также три деревни, на базе которых сейчас развивается сельский туризм. Проведено около 200 семинаров для деревенских жителей. Хозяева сельских гостевых домов прошли обучение на курсах гостеприимства, жители деревень получили профессии аниматоров и экскурсоводов, освоили национальные ремесла – плетение из лозы, сувениры из бересты, вышивку и ткачество. Всего прошли обучение около 60 человек. Они отремонтировали фермы, закупили овец и лошадей. В апреле 2009 г. в рамках проекта открылась турбаза «Раздолье» с вновь построенными гостевыми домами. Она расположилась в живописном ландшафте Килемарского района близ Государственного природного заповедника «Большая Кокшага». В соседних сельских домах сохранились элементы старинного быта – мебель, баня, кухня, сеновал. В июле 2009 г. на территории «Раздолья» прошел межрегиональный фольклорно-этнографический праздник «Земля предков». Он был посвящен истории, традициям и культуре народов Поволжья. Посетители познакомились с образом жизни древних жителей марийского края, дегустировали традиционные блюда

и напитки, участвовали в национальных играх и экскурсиях по историческим местам [2].

По мнению современных исследователей А. Н. Полухиной и В. В. Лежнина, развитие сельского туризма на территории Республики Марий Эл сдерживает ряд проблем, требующих внимания. К их числу отнесены недостаток, а в большей части нехватка первоклассных средств размещения большинства туристов, приезжающих в республику, физический и моральный износ имеющейся инфраструктуры туризма и, как правило, большое число издержек на содержание и наибольшая итоговая стоимость всего туристского продукта при ненадлежащем качестве, длительная окупаемость строящихся объектов туристской инфраструктуры. Не менее важным аспектом, на который стоит обратить внимание служащим государственных органов в Республике Марий Эл, выступает отсутствие общей программы финансового обеспечения и поддержки в области сельского туризма на территории республики. Появление данной программы способствовало бы активному развитию отрасли сельского туризма при достойном финансировании со стороны государства [4, с. 118].

Таким образом, сельский туризм может рассматриваться как фактор развития сельских территорий и источник дополнительных доходов занятых в его инфраструктуре. Вместе с тем сельский туризм становится таким видом деятельности, который связан с рекламой, подготовкой квалифицированных кадров, создание средств размещения и питания, разработкой анимационных программ, организационным и административным сопровождением.

Список литературы

1. Сельский туризм как фактор повышения конкурентоспособности рекреационной сферы России / Н. Н. Анисимова, Н. С. Демерчан, С. В. Зотова, Д. А. Кантемиров // Известия Сочинского государственного университета. – 2013. № 1-2 (24). С. 108-115.
2. В Марий Эл развивают сельский туризм. Режим доступа: http://tatanews.ru/news/news_29072009_3.stm
3. Доклад председателя Комитета Республики Марий Эл по туризму А. П. Пуртова «О развитии сферы туризма в Республике Марий Эл». Режим доступа: <http://portal.mari.ru/komtur/Pages/texts.aspx>
4. Полухина А. Н., Лежнин В. В. Инновационные методы развития региона: сельский туризм // Экономика и управление. 2015. № 4. С. 117-121.
5. Сурина В. В. Направления совершенствования современной государственной политики туризма: сельский туризм // Вестник МГОУ. Серия: История и политические науки. 2011. № 4. С. 168-176.
6. Фролова М. В. Методика оценки ресурсов для развития регионального туризма (на примере Республики Марий Эл) // Актуальные проблемы экономики и права. 2012. № 2. С. 114-119.

РАЗДЕЛ 4

**ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ
ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ: СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ,
САНАТОРНО-КУРОРТНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ,
ОБЩЕСТВЕННОЕ ПИТАНИЕ**

УДК 338.48

Оборин М. С.,
канд. геогр. наук, доцент кафедры экономического анализа и статистики,
Пермский институт (филиал)
Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова
г. Пермь, Россия, recreachin@rambler.ru

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ
РЫНКА ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА**

Санаторно-курортный комплекс Пермского края является сложной природно-социально-экономической системой, в которой сложно взаимодействуют природная (окружающая среда), техническая, медицинская, рекреационная, социальная и экономическая составляющие. В настоящее время назрела необходимость разработки региональной программы позиционирования и продвижения санаторно-курортных услуг с целью расширения российского и зарубежного рынка лечебно-оздоровительного туризма.

Ключевые слова: лечебно-оздоровительный туризм, позиционирование, санаторно-курортные организации.

**THEORETICAL FEATURES OF POSITIONING
OF THE MARKET OF MEDICAL AND IMPROVING TOURISM**

The Health Resort of Perm region is difficult natural and social and economic system in which difficult interacts natural (environment), technical, medical, recreational, social and economic components. Now I ripened need of development of the regional program of positioning and advance of sanatorium services for the purpose of expansion of the Russian and foreign market of medical and improving tourism.

Keywords: medical and improving tourism, positioning, sanatorium organizations.

Позиционирование санаторно-курортных организаций (СКО) – это процесс определения места санаторно-курортной организации среди других санаторно-курортных организаций в регионе или стране, определение уникальных конкурентных преимуществ перед потребителем услуг. Ре-

альное позиционирование санаторно-курортных организаций проявляется в поведении потребителя в отношении данной организации. Основная его проблема заключается в отсутствии консенсуса между СКО и их потенциальными клиентами в отношении позиции на рынке услуг.

В начале 1980-х годов Д. Траут и Э. Райс первыми внесли вклад в развитие позиционирования в маркетинге. Среди последних книг можно выделить «Репозиционирование: Маркетинг в эпоху конкуренции, изменений и кризиса» [1] и «Позиционирование. Битва за умы» [2]. В XXI веке Т. Уильямс [3] продолжил развитие теоретико-методологической базы в области позиционирования и определил альтернативные пути при позиционировании. Р. Д. Чернявски и М. У. Мэлони [4] разработали рекомендации по созданию потребительской лояльности к бренду через его позиционирование.

Отечественные ученые М. А. Губарец и Е. И. Мазилкина [5] рассматривают позиционирование с точки зрения анализа конкурентов по определенным параметрам. И. В. Попова [6] уделила внимание вопросам в области регионального позиционирования, определила ряд факторов, влияющих на позиционирование объекта исследования. Таковыми являются географическое расположение населенного пункта, наличие трудовых ресурсов, уровень покупательной способности граждан и др. О. М. Борисова [7] при изучении позиционирования провела прямую связь между городом и товаром и определила потребительские свойства города, в которых нуждается потребитель.

Кластерный подход к позиционированию организаций в туризме и анализ проблем устойчивого социально-экономического развития данной отрасли описывается в работах О. А. Бунакова [8; 9]. Преимущества туристской деятельности в региональной экономике отражены в работах Я. В. Ганича и Е.В. Клиппенштейна [10], Н. С. Мартышенко и А. Е. Ильина [11], К. С. Козыревой и А. Н. Новикова [12], И. С. Глебовой [13].

Лечебный туризм относится к элементу роскоши для среднестатистического гражданина России, поскольку зачастую не является легкодоступным. Позиционирование проявляется в нескольких измерениях - спектр услуг, уровень цен и качества и др. Метод бенчмаркетинга является одним из основных при анализе спектра предлагаемых услуг СКО и их ценового диапазона и качества в рамках разработки или коррекции маркетинговой стратегии.

На рис. 1 представлена схема разработки маркетинговой стратегии организации. При сопоставлении собственных предлагаемых услуг объекта исследования и услуг конкурентов необходимо задействовать 4Р – комплекс маркетинга.

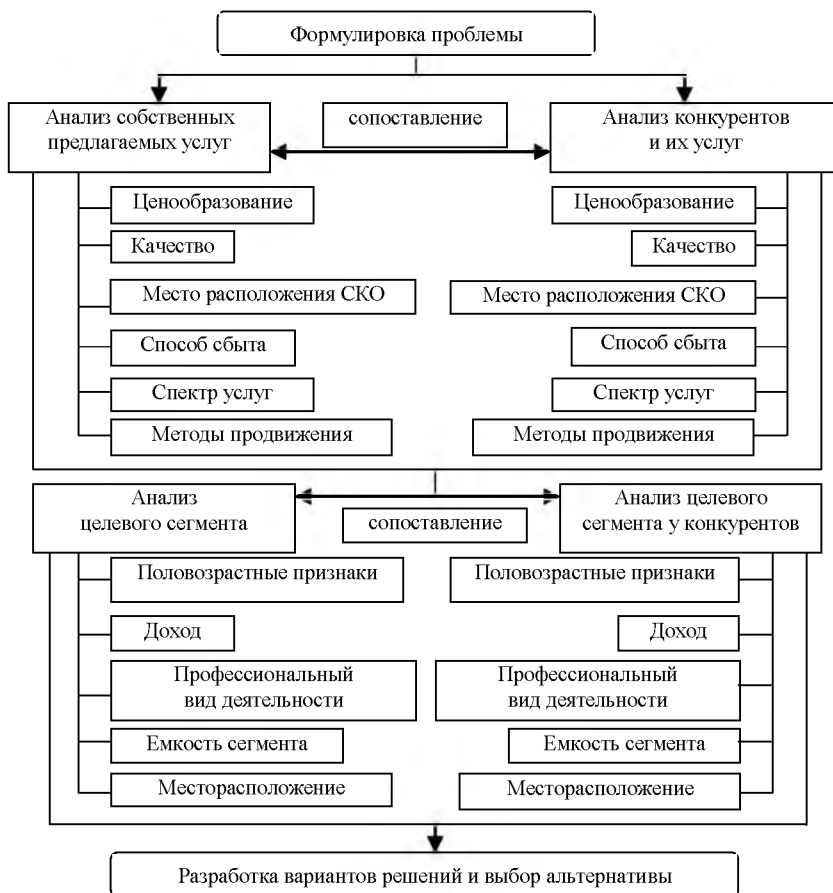


Рис. 1. Разработка маркетинговой стратегии

Определим этапы позиционирования санаторно-курортных организаций.

На первом этапе позиционирования необходимо изучить спектр предоставляемых услуг СКО-конкурентов, исходя из результатов анализа других СКО, предложить гипотезу об уровне конкурентоспособности организации. Анализ динамики спроса позволит сделать прогноз и определить емкость рынка, а также косвенных конкурентов на рынке. Subscribe.ru предоставляет возможность проведения социальных опросов среди потенциальных клиентов – целевой аудитории. Цель социаль-

ных опросов заключается в понимании факторов влияния при выборе санатория целевой аудиторией и определении идеального варианта соотношений параметров СКО (по гипотетическим параметрам, подходящим к рис. 2).

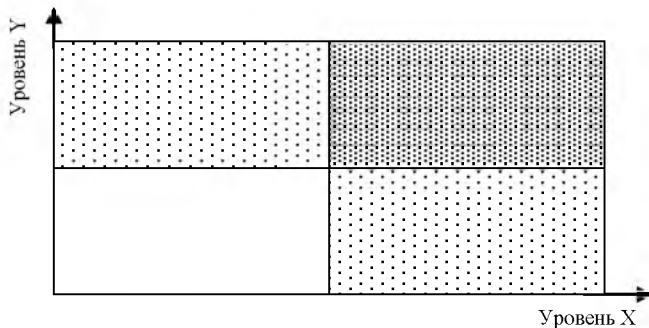


Рис. 2. Модель карты позиционирования по уровням X;Y

Вторым этапом позиционирования является анализ услуг конкурентных СКО. При анализе спектра услуг конкурентных СКО необходимо определить их преимущества, ценность в глазах общей целевой аудитории Третий этап – анализ позиции СКО. Он позволит определить прямых и косвенных конкурентов. Для определения текущего позиционирования необходима карта позиционирования.

Модель карты позиционирования представлена на рис. 2. X и Y – это оси уровней параметров. X и Y могут быть следующими параметрами: экономичность путевки, экологические средства лечения, эффективность лечения, универсальность тур-поездки, географическое расположение курорта, популярность курорта, сервис-обслуживание, цена, качество и т.п. Данные параметры СКО можно сопоставлять между собой.

Четвертый этап разработки позиционирования – формирование ценностей у целевой аудитории. Самая трудная фаза этапа – это определение реальной ценности для потребителя, Какая ценность для большей целевой аудитории играет наиболее важную роль, экономичность, наличие экологически чистых препаратов, универсальность или иная ценность? Сложность определения реальной ценности целевой аудитории заключается в том, что она может быть разнообразна.

Из таблицы 1 видна сложность позиционирования СКО и их услуг. Биполярность целевой аудитории не позволяет определиться с точным выбором элементов позиционирования.

Таблица 1

**Сравнение целевых аудиторий по разным признакам
санаторно-курортной отрасли и других отраслей**

Целевая аудитория	Другие отрасли	Санаторно-курортный комплекс
По отношению к услугам организации	Однообразная	Разнообразная ввиду специфики услуг (для больных сердечнососудистыми заболеваниями – одни услуги, для пациентов с заболеваниями желудочно-кишечного тракта – другие)
По уровню дохода	Однообразная	Разнообразная (зависит от класса услуг для премиального сегмента и обычные услуги по социальным программам)
По профессиональному у виду деятельности	Однообразная / разнообразная (зависит от отрасли)	Разнообразная (рабочий класс – соц. программы; представители интеллектуального труда – услуги премиум сегмента)
По местужительству	Однообразная / разнообразная (зависит от отрасли)	Разнообразная (РФ)

Пятый этап позиционирования следующий: в оптимальном варианте необходимо разработать позиционирование не только санаторно-курортной организации, но и изолированно каждой услуги. Изолирование необходимо для четкого разграничения услуг для целевых аудиторий. Данный аспект важен ввиду того, что СКО ориентируется не только на премиальный сегмент, но и на дешевые социальные программы. Таким образом, у каждого сегмента услуги СКО и само СКО в целом будет ассоциироваться по-разному.

Анализ целевого сегмента позволит отредактировать маркетинговую стратегию СКО. Необходимо принять во внимание естественное устаревание сегмента рынка и искусственную потерю лояльности к СКО посредством повышенной активности конкурентов. Тем самым подтверждается актуальность постоянного мониторинга конкурентов и следование социально-экономическим тенденциям. Новые услуги у потребителя будут ассоциироваться с аналогичными или альтернативными услугами данного СКО или других организаций. При репозиционировании нужно осознавать возникновение рисков, при которых старые лояльные клиенты смогут сменить одно СКО на другое, либо при затруднении выбора определиться с косвенными конкурентами СКО.

Список литературы

1. Trout J., Rivkin S. Repositioning: Marketing in an Era of Competition, Change and Crisis. N. Y.: McGraw-Hill, 2009. 224 p.
2. Ries A., Trout J. Positioning: The Battle for Your Mind. N.Y.: McGraw-Hill, 2000. 213 p.

3. Williams T. Positioning for Professionals: How Professional Knowledge Firms Can Differentiate Their Way to Success. NJ: John Wiley & Sons inc, 2010. 188 p.

4. Czerniawski R. D., Maloney M. W. Competitive positioning: Best Practices for Creating Brand Loyalty. N. Y.: Hudson House Publishing, 2010. 340 p.

5. Губарец М. А., Мазилкина Е. И. Продвижение и позиционирование в маркетинге, или как продвинуть любой товар. Стратегия успешного бизнеса. М.: Дашков и К°, 2011. 224 с.

6. Попова И. В. Позиционирование муниципального образования на основе оценки его привлекательности: на примере г. Владивостока : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Владивосток: Дальневост. гос. ун-т, 2007. 23 с.

7. Борисова О. М. Позиционирование как фактор устойчивого социально-экономического развития крупного города: на примере города Омска : дис. ... канд. экон. наук. Омск: Омский гос. ун-т им. Ф.М. Достоевского, 2011. 259 с.

8. Бунаков О. А. Проблема позиционирования и устойчивого развития в туризме // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2011. № 28. С. 57-63.

9. Бунаков О. А. Кластерный подход к позиционированию в туризме // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2011. № 28. С. 64-70.

10. Ганич Я. В., Клипенштейн Е.В. Туризм как средство формирования имиджа Корякского автономного округа // Вестник Камчатского государственного технического университета. 2005. № 4. С. 163-167.

11. Мартышенко Н. С., Ильин А. Е. Позиционирование пляжнокупального отдыха и туризма в Приморском крае // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2012. № 4. С. 113-117.

12. Козырева К. С., Новиков А. Н. Туристско-географические особенности трансграничного позиционирования Забайкальского края во внутренней Азии // Перспективы науки. 2011. № 23. С. 10-15.

13. Глебова И. С. Анализ туристической привлекательности города и возможности ее повышения (на примере г. Казани) // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2010. Т. 152, № 4. С. 214-227.

УДК 332.05

Оборин М. С.,

канд. геогр. наук, доцент кафедры экономического анализа и статистики,
Пермский институт (филиал)
Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова
г. Пермь, Россия, resreachin@rambler.ru

МЕТОД SWOT-АНАЛИЗА ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА

В последнее десятилетие наблюдается определенная стабилизация в развитии санаторно-курортного комплекса России, но до настоящего времени в стране

отсутствует единая программа его функционирования. В распределении санаторно-курортных организаций по всей территории России и отдельных федеральных округах не прослеживается четкой зависимости. Наибольшее количество санаториев и курортов расположено в Центральном, Приволжском, Уральском, Сибирском, Южном и Северо-Кавказском федеральных округах.

Ключевые слова: туризм, санаторно-курортная деятельность, маркетинг

SWOT ANALYSIS METHOD FOR STUDYING OF THE MARKETING ENVIRONMENT OF HEALTH RESORT OF THE REGION

In the last decade a certain stabilization in development of the health resort of Russia is observed, but so far in the country there is no uniform program of its functioning. In distribution of the sanatorium organizations for all territory of Russia and certain federal districts it isn't traced accurate dependence. The greatest number of sanatoria and resorts is located in Central, Volga, Uralsk, the Siberian, Southern and North Caucasian federal districts.

Keywords: tourism, sanatorium activity, marketing

Санаторно-курортные организации (СКО) осуществляют одну из самых значимых социально-биологических функций – комплексное оздоровление организма человека, восстановление здоровья, лечение хронических заболеваний и утраченных сил в рабочее время. Ввиду высокой себестоимости лечебно-оздоровительных услуг российских СКО мелкие организации санаторно-курортного комплекса (СКК) не выдерживают конкуренции и функционируют только крупные из них. В настоящее время по распространенным статистическим данным в России осталось более 2100 санаториев и курортов, только около 50 принадлежат Министерству здравоохранения РФ, а остальные – другим государственным структурам управления, муниципалитетам, крупным предприятиям и частным лицам.

В санаторно-курортном комплексе Пермского края наблюдается тенденция сокращения общего количества санаториев, что может быть связано с их выходом в рыночные отношения, снижением покупательской способности граждан, высокой себестоимостью курортного лечения и недостаточной поддержкой государством. Санаторно-курортная деятельность для предпринимателей достаточно затратная. Себестоимость лечения и оздоровления в СКО находится на высоком уровне, что оказывает прямое влияние на рыночные цены санаторно-курортных услуг. Снижение себестоимости на лечение в учреждения СКО может быть достигнуто за счет государственных программ и субсидирования.

Снижение уровня жизни населения из-за мирового финансового кризиса побуждает потенциальных клиентов услуг СКО воспользоваться более дешевым и менее качественным лечением на морских курортах

Египта, Турции, Латвии, Таиланда, Вьетнама и др. Из государственной поддержки санаторно-курортного комплекса в Пермском крае действует только распределение социальных путевок через Фонд соцстрахования, но, к сожалению, этим охвачена небольшая доля санаториев и курортов региона. Все это недостаточно для формирования конкурентоспособной санаторно-курортной отрасли, именно поэтому необходима разработка региональной программы по развитию санаторно-курортного комплекса. Далее рассмотрим степень научной проработанности курортного дела.

Как часть медицинской отрасли СКО рассматриваются в работах Н. В. Вериковской [1], И. М. Харебав [2], Х. М. Мустафина [3], И. И. Готадзе [4] и др. Н. В. Вериковская уделяет особое внимание совершенствованию системы менеджмента СКО путем разработки модели реабилитации больных и внедрения компьютерной поддержки принятия решений при организации восстановительного лечения. Х. М. Мустафин при изучении санаторно-курортного комплекса акцентирует особое внимание на медико-социально-экономической эффективности. И. И. Готадзе в рамках исследования уделяет внимание программам послетрудовой реабилитации индивидов.

Географические аспекты санаторно-курортных организаций затронуты в трудах Е. В. Мысливка [5], О. Н. Толстых [6] и др. Е. В. Мысливка уделяет внимание проблемам туристско-рекреационной системы Черноморского побережья Краснодарского края и механизмам их решения. О. Н. Толстых для санаторно-курортного комплекса Самарской области определяет основные проблемы и предлагает ряд перспектив развития.

С экономико-управленческой точки зрения санаторно-курортный комплекс рассмотрен в работах И. С. Барчукова [7], Т. И. Кисилевич [8], А. М. Ветитнева [9] и др. И. С. Барчуков уделяет внимание общим вопросам менеджмента, экономики, права и их взаимосвязи между собой в санаторно-курортном деле. Т. И. Кисилевич рассматривает теоретикометодологические аспекты и практические вопросы внутреннего и внешнего аудита СКО как экономических хозяйствующих субъектов. А. М. Ветитнев занимается вопросами организации санаторнокурортного маркетинга, рассматривает комплекс 4р для СКО, предлагает методические рекомендации по использованию сети Интернет для продвижения СКО.

Для изучения санаторно-курортного комплекса Пермского края авторы решили взять за основу SWOT-анализ, представляющий собой интегрированный метод анализа внутренней среды исследуемого объекта – изучение сильных (Strengths) и слабых (Weaknesses) сторон, а также анализ внешней среды исследуемого объекта – изучение возможностей (Op-

portunities) и угроз (Threats). Данный метод является интегрированным и включает в себя анализ экономических географических, социальных, экологических, правовых, политических, природных и других факторов.

В различных трудах отечественных ученых можно встретить применение SWOT-анализа при изучении объектов исследований для разработки стратегий. В. Н. Крючков [10] при анализе конкретных ситуаций определил базовые стратегии матрицы, тем самым внес вклад в теоретико-методологические основы SWOT-анализа. Решение проблем в области региональной экономики с помощью матрицы SWOT можно найти у А. В. Скалон [11]. К. В. Павлов, И. Г. Андреева [12] применяли SWOT-анализ для построения стратегии регионов РФ (Удмуртская Республика, Белгородская область, Челябинская область). М. А. Бетилгири-ев, М. С. Гайрбеков [13] для выстраивания стратегии Чеченской Республики определили слабые и сильные стороны, а также возможности и угрозы республики, затем, сопоставив их, определили путь развития. Таким образом, SWOT-анализ является универсальным инструментом для определения путей развития.

В связи с тем что СКО является сложной природно-социально-экономической системой, где разнообразно взаимодействуют элементы окружающей природной среды, социума и экономической сферы. Таким образом, к построению структуры SWOT-анализа для СКО необходимо подходить комплексно и поэтапно с учетом всех сложных взаимоотношений между компонентами. В таблицах 1, 2 представлены сильные и слабые стороны развития санаторно-курортной деятельности в регионе на примере Пермского края. Данные таблицы характеризуют развитие санаторно-курортного комплекса Пермского края.

Таблица 1

**Преимущества (сильные стороны)
санаторно-курортного комплекса Пермского края**

№	Преимущества (сильные стороны)
1	Использование природных лечебных ресурсов (йодобромные, сероводородные и минеральные воды, грязи) курортной местности
2	Благоприятные ландшафтно-климатические параметры территории
3	Разнообразие лечебно-оздоровительных услуг и профилей лечения
4	Особое место на рынке лечебно-оздоровительных услуг регионов-соседей
5	Внедрение и использование многочисленных лечебно-оздоровительных методик
6	Наличие персонала в отрасли (более 5125 человек, из которых около 340 врачей)
7	Использование курортной и рекреационной инфраструктуры (пляжные и спортивные комплексы, СПА-центры и т.д.)
8	Объединений организаций в рамках ассоциации курортных учреждений
9	Вовлечение рекреационных ресурсов в оздоровительный процесс
10	Постоянное повышение качества системы гостеприимства и сервиса

В таблицах 1, 2 описаны сильные и слабые стороны внутренней среды санаторно-курортного комплекса Пермского края. Автор выделил 10 сильных сторон, 12 слабых сторон, 10 возможностей и 10 угроз, они могут влиять на развитие СКК региона. Анализ сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз не является исчерпывающим и может корректироваться в зависимости от потребностей исследований курортной отрасли.

Таблица 2

Недостатки (слабые стороны) санаторно-курортного комплекса региона

№	Недостатки (слабые стороны)
1	Отсутствие региональных нормативно-правовых актов о развитии санаторно-курортной отрасли
2	Слабое продвижение санаторно-курортных услуг региона
3	Недостаточное развитие курортной инфраструктуры отдельных санаториев (отсутствие ваннных отделений, поликлиник) и ее устаревание
4	Недостаток квалифицированных медицинских кадров, что связано с невысокой заработной платой (потребность 25-30%)
5	Не сформирован положительный имидж СКО и отдельных санаториев на рынках разного уровня
6	Отсутствие у некоторых санаториев собственных природных лечебных ресурсов
7	Недостаточное внимание со стороны органов власти к проблемам отрасли
8	Высокая стоимость лечебно-оздоровительных услуг

В таблице каждый фактор имеет свой номер для того, чтобы в матрице SWOT-анализа (в таблице 3 представлена методология SWOT-анализа) сопоставить данные факторы между собой по принципам: «сильные стороны – возможности», «сильные стороны – угрозы», «слабые стороны – возможности», «слабые стороны – угрозы».

Таблица 3

Метод соотношения внешних и внутренних факторов SWOT-анализа

	Перечень возможностей:	Перечень угроз
Перечень сильных сторон	Как реализовать сильные стороны, используя возможности? Как завышенные ожидания не позволят использовать сильные стороны?	Как и когда (при каких обстоятельствах) сильные стороны нейтрализуют угрозу? Как усиление угроз снизит сильную сторону?
Перечень слабых сторон	Как и при каких условиях, изменение слабых сторон не позволяет воспользоваться возможностями? Как и при каких условиях с помощью возможностей можно избавиться от недостатков (слабых сторон)?	Как и при каких условиях угрозы усилят слабые стороны?

Из матрицы SWOT-анализа авторы выделяют главное. Для получения оптимального результата необходимо комплексно и системно подойти к параметрам сильных и слабых сторон, а также к их возможностям и угрозам. Природные и географические факторы и их показатели отвечают требованиям для благополучного развития лечебно-оздоровительного туризма. Основное внимание необходимо уделить планированию и прогнозированию. Таким образом, в приоритете для санаторно-курортного комплекса Пермского края необходимо разработать программу исследования и продвижения санаторно-курортного комплекса региона с учетом использования передовых технологий. Кроме этого, СКК нуждается в разработке целевой программы по стратегическому развитию санаторно-курортного комплекса Пермского края. Ввиду вышеотмеченных мер в СКК Пермского края улучшатся показатели всех представленных в работе параметров.

Список литературы

1. Вериковская Н. В. Современные подходы и принципы организации восстановительного лечения в условиях санаторно-курортного комплекса на основе методов моделирования и прогнозирования: автореф. дис. ... канд. мед. наук: 05.13.01. Воронеж: Воронеж. гос. мед. акад. им. Н. Н. Бурденко, 2007. 22 с.
2. Харебав И. М. Оптимизация санаторно-курортного лечения работников газовой отрасли: автореферат дис. ... канд. мед. наук: 14.00.33, 14.00.51. СПб.: С.-Петербург. гос. мед. акад. им. И. И. Мечникова, 2004. 16 с.
3. Мустафин Х. М. Медико-социальная и экономическая эффективность оздоровления работающих в условиях санатория-профилактория: на примере Учалинского горно-обогатительного комбината: автореф. дис. ... канд. мед. наук: 14.00.33. Екатеринбург: Ин-т иммунологии и физиологии УрО РАН, 2007. 25 с.
4. Готадзе И. И. Коррекция программ послетрудовой реабилитации в зависимости от соматотипологических особенностей и индивидуального уровня психофизического сопряжения: автореф. дис. ... канд. мед. наук: 14.00.51. М.: Всерос. науч.-исслед. ин-т физ. культуры и спорта, 2005. 22 с.
5. Мысливка Е. В. Муниципальное образование город-курорт Геленджик в рекреационной системе Черноморского побережья Краснодарского края: дис. ... канд. географ. наук: 25.00.24. Краснодар: Кубан. гос. ун-т, 2011. 155 с.
6. Толстых О. Н. Санаторно-курортный комплекс: размещение, современное состояние и перспективы развития: на примере Самарской области: дис. ... канд. геогр. наук: 25.00.24. Воронеж: Воронеж. гос. ун-т, 2007. 198 с.
7. Барчуков И. С. Санаторно-курортное дело. М.: Юнити-Дана, 2006. 304 с.
8. Кисилевич Т. И. Аудит санаторно-курортных организаций. М.: Финансы и статистика, 2003. 192 с.
9. Ветитнев А. М. Маркетинг санаторно-курортных услуг. Серия: Высшее профессиональное образование. М.: Академия, 2008. 368 с.

10. Крючков В. Н. Методологические аспекты SWOT-анализа // Известия Уральского государственного экономического университета. 2005. Т. 10. С. 41-49.

11. Скалон А. В. Малый город: SWOT-анализ проблемного поля // Региональные исследования. 2009. № 6. С. 9-18

12. Павлов К. В. Андреева И.Г., Использование SWOT-анализа для разработки стратегии развития экономики на разных уровнях управленческой иерархии // Экономика промышленности. 2010. Т. 49, № 1. С. 30-39.

13. Бетилгириев М. А., Гайрбеков М. С. SWOT-анализ и определение стратегических приоритетов развития туризма в Чеченской Республике // Terra Economicus. 2011. Т. 9, № 4-3. С. 192-196.

УДК 331.108.26

Рахманов М. Р., студент,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия, maksat.rahmanov@gmail.com

ИНФРАСТРУКТУРА ТУРИЗМА В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В статье анализируется туристическая инфраструктура России. Существующая инфраструктура достаточно развита, однако уступает другим странам. В статье указаны проблемы, а также перспективы развития инфраструктуры и туризма в целом.

Ключевые слова: инфраструктура, туризм, факторы развития, сервис

TOURISM INFRASTRUCTURE IN RUSSIA: PROBLEMS, PERSPECTIVES OF PROGRESS

Author of the article analyses tourism infrastructure in Russia. The existing infrastructure is well developed but inferior to other countries. The article shows problems and perspectives of infrastructure and tourism progress.

Ключевые слова: инфраструктура, туризм, факторы развития, сервис

Развитая инфраструктура является одной из необходимых составляющих индустрии туризма. Туристская инфраструктура – это комплекс действующих сооружений и сетей производственного, социального и рекреационного назначения, предназначенный для функционирования сферы туризма, обеспечивающий нормальный доступ туристов к туристическим ресурсам и их надлежащее использование в целях туризма, а также обеспечение жизнедеятельности предприятий индустрии туризма.

По данным Всемирной туристской организации, Россия занимает одно из ведущих мест в мире в сфере международного туризма. За 2014 год Россия приняла около 28 млн международных гостей (9-е место в мире). Доходы России от международного туризма в 2011 году составили \$11,4 млрд [1].

В настоящее время в России сфера услуг и туристическая инфраструктура проходят период обновления согласно утвержденной правительством федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». В самых живописных и востребованных туристами регионах России созданы и создаются туристические особые экономические зоны, которые предполагают благоприятные условия для организации туристического бизнеса.

В сфере организации туризма работают многочисленные туристские и экскурсионные компании, которые способны удовлетворить практически все наиболее типичные запросы туристов. В рейтингах крупнейших туроператоров России фигурируют Тез-тур, Пегас Туристик, Корал Трэвел, Натали турс, Библио Трэвел, TUI Россия и СНГ, Интурист, Мострэвел, S7 Тур и другие [2]. Среди крупнейших турагентов – Интурист Магазины Путешествий, Горячие туры, Global Travel, Blue Sky, Skyland и др. [3].

В 2012 году, по данным Росстата, объем платных услуг российских гостиниц и аналогичных средств размещения составил 141 млрд рублей. В России представлены разнообразные средства размещения: отели всех классов, хостелы, мотели вдоль основных автодорог, кемпинги и аренда квартир [5].

Крупные российские гостиницы высокого класса, как правило, находятся в таких больших городах как Москва, Санкт-Петербург, Сочи, Казань, Нижний-Новгород. В связи с проведением крупных спортивных мероприятий, таких как Зимняя Олимпиада 2014 года в г. Сочи, Универсиада 2013 года в г. Казани, а также предстоящего Чемпионата мира по футболу в 2018 году, существующие и новые гостиницы в городах проведения соревнований классифицированы в обязательном порядке.

Уровень сервиса в средствах размещения в больших городах достаточно высок, чего нельзя сказать об уровне обслуживания в небольших городах. Однако в последнее время в связи с нарастающей популярностью внутреннего туризма наметилась тенденция улучшения качества услуг и обслуживания и в маленьких городах.

Как известно, в странах Европы, а также в США большой популярностью пользуются системы онлайн-бронирования гостиничных номеров в виду простоты использования и гарантии заселения. Даже небольшие гостиницы представлены в мировых системах бронирования.

Единой системы бронирования в России пока нет. В популярных интернет-сервисах, таких как Booking.com и Otkogo.ru, в настоящее время представлены в основном гостиницы, расположенные на популярных туристских маршрутах. В последнее время большинство гостиниц, хостелов и мотелей в небольших городах уже имеют сайты в интернете с собственной системой бронирования, но ввиду отсутствия опыта в продвижении средства размещения в сети «Интернет», эти гостиницы редко появляются в поисковых запросах туристов.

Предприятий общественного питания в России достаточно для удовлетворения запросов туристов. В большинстве городов России предприятия общественного питания предлагают большой выбор блюд различных кухонь мира.

Россия – страна, обладающая большим транспортным потенциалом. На сегодняшний день наиболее развитым и используемым, в том числе туристами, является железнодорожный транспорт. Автомобильный транспорт не слишком удобен, учитывая большие расстояния между городами, недостаточную безопасность и развитость сети автодорог, особенно в провинциях, хотя по протяженности автодорог Россия находится, по статистическим данным, приблизительно на уровне Канады и Австралии [6].

По статистике, Россия по протяженности водных маршрутов немного отстает от Китая, но сильно опережает США и Европейский Союз. На внутренних водных маршрутах имеющиеся рейсовые теплоходные перевозки дальнего следования не функционируют, а круизные туры действуют, но снизили наполнение ввиду немалой стоимости [7].

Следует отметить, что иностранные туристы часто испытывают сложности в поисках той или иной достопримечательности в российских городах ввиду отсутствия какой-либо информации: указатели, схемы, карты с изображением достопримечательностей. Оплата большей части туристических услуг производится в местной валюте, что является сложностью для иностранных туристов.

Обращаясь к отзывам международных экспертов о состоянии туристической инфраструктуры в России, можно выделить следующие проблемы: высокие тарифы на пассажирские перевозки, недостаточное продвижение национального туристического продукта, дефицит квалифицированных кадров, низкое качество предоставляемых туристических услуг, недостаточность конкуренции на туристическом рынке России, избыточные административные формальности.

Для решения инфраструктурных проблем в туризме правительством Российской Федерации была утверждена федеральная целевая программа

«Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». На текущий момент ведется строительство современной туристической инфраструктуры в разных регионах страны. В активной фазе находится строительство и обновление существующей инфраструктуры на Кавказе, «Золотого кольца России», «Серебряного кольца России», во Владивостоке, на Байкале и в других городах [4].

Россия занимает одно из лидирующих мест в сфере туризма и пользуется популярностью у туристов по всему миру. Рассмотренные недостатки в инфраструктуре туризма выявлены и решаются на уровне правительства Российской Федерации для повышения качества услуг и обслуживания не только иностранных туристов, но в большей степени российских.

Список литературы

1. Россия – ведущий игрок на арене международного туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://tass.ru/biznes-tass/news/one/38720> (дата обращения 29.10.2015)

2. Крупнейшие туристические компании России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.atorus.ru/ratings/statistics/komtour-net/articles/053.html> (дата обращения 02.11.2015)

3. Крупнейшие туристические сети России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.atorus.ru/ratings/komtour-net-lib/articles/2035.html> (дата обращения 02.11.2015)

4. Описание и ход строительства новых туристических объектов в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tourism-lib.net/blog/id=342> (дата обращения 05.11.2015)

5. Платные услуги в Российских гостиницах [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/free/b99_10/isswww.exe/stg/d000 (дата обращения 06.11.2015)

6. Список стран по длине сети автомобильных дорог [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2085rank.html> (дата обращения 07.11.2015)

7. Список стран по протяженности водных маршрутов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cia.gov/library/publications/resources/factbook/rankorder/2093> (дата обращения 07.11.2015)

Исакова Е. М., магистрант,
Охотина Н. М.,
канд. ист. наук, доцент кафедры сервиса и туризма,
OhotinaNM@volgatech.net,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ГОСТИНИЦ РЕКРЕАЦИОННОГО НАЗНАЧЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ МАРИЙ ЭЛ

В статье рассмотрены гостиницы рекреационного назначения, требования к ним, а также виды рекреационных гостиниц. Приведены примеры рекреационных гостиниц РМЭ, дан анализ сферы гостиничного хозяйства.

Ключевые слова: рекреационные гостиницы, спортивные рекреационные гостиницы, семейные рекреационные гостиницы, гостиничное хозяйство, туризм.

ASSESSMENT OF THE CURRENT STATE OF THE HOTELS RECREATIONAL FACILITIES IN REPUBLIC OF MARY EL

In the article the hotels recreational facilities, requirements for them, as well as recreational accommodations. Examples recreational hotels Republic of Mari El, an analysis of the scope of the hotel industry.

Keywords: recreational hotels, sports recreational hotel, family recreation the hotel, hospitality, tourism.

Гостиницы для кратковременного (от одного дня) и длительного (не более трех месяцев) отдыха во внегородской среде, предназначенные для всех возрастных групп отдыхающих, любого семейного состава называются рекреационными гостиницами или базами отдыха.

Рекреационные гостиницы отвечают пяти основным требованиям:

- соответствие критериям отнесения КСР к категории «гостиница» согласно ГОСТ Р 51185-2008;
- наличие территории, обладающей природными рекреационными ресурсами или потенциалом, обустроенной для организованного перемещения гостей;
- наличие служб или подразделений по оказанию рекреационных услуг;
- круглогодичный режим функционирования;
- комплексный подход к оказанию услуг с максимальным использованием туристско-рекреационных ресурсов [4].

Рекреационные гостиницы имеют ярко выраженные отличительные признаки от других гостиниц. Их основное назначение – предоставление услуг рекреации. Чем больше территория гостиницы, тем больше возможностей для оказания разнообразных рекреационных услуг. Случайных посетителей в рекреационных гостиницах не бывает. Осознанный выбор той или иной гостиницы часто зависит от ее специализации и предлагаемого комплекса услуг. Посетители выбирают ту гостиницу, которая позволит удовлетворить их потребности как в активном, так и спокойном отдыхе. Потребители рекреационных услуг свободны в своем выборе, на него может повлиять только хорошее предоставление и полное описание услуг гостиницы.

В услугах рекреационных гостиниц невозможно отделить основные услуги от дополнительных, так как потребитель услуг знает, что высокий уровень обслуживания – это не только комфортное проживание и качественное питание, но и высокий уровень рекреационных услуг [2].

Чем крупнее гостиница, тем больший ассортимент услуг она предлагает. В крупных рекреационных гостиницах формируется универсальный ассортимент дополнительных услуг. Анализ рекреационных гостиниц со специализированным ассортиментом позволил выделить ряд типов.

Во-первых, спортивные рекреационные гостиницы, привлекательные для краткосрочных коллективных поездок. Для них характерна организация спортивных трасс для рафтинга, конных прогулок, пейнтбольных клубов и других активных видов отдыха. В целом это гостиницы для проведения экстремальных выходных.

Во-вторых, семейные рекреационные гостиницы, предназначенные для тихого времяпровождения (прогулки по лесу, игра с детьми, рыбалка, посещение бани, сауны, бассейна, услуги массажа и другие мероприятия для всей семьи). Такие гостиницы могут предложить экскурсионную программу в виде пешеходных маршрутов по культурно – историческим достопримечательностям шаговой доступности. Маршрут не должен превышать однодневной прогулки [2].

Сфера гостиничного хозяйства в РМЭ развивается достаточно успешно, но больших результатов пока не достигла. По данным мониторинга деятельности туристических организаций РМЭ, по состоянию на 1 января 2015 года на территории республики осуществляют деятельность 66 туроператорских и турагентских фирм, инфраструктура сферы туризма представлена 40 гостиницами и гостевыми домами, 4 хостелами, 30 объектами санаторно-оздоровительной отрасли, включая лагеря и пансионаты с лечением, 9 туристскими комплексами и 18

базами отдыха. В каждой гостинице имеются различные дополнительные услуги и это помогает совершенствоваться и развиваться [3].

Оценка объектов гостиничного и рекреационного назначения – очень специфическая область экспертизы и требует глубокого понимания структуры денежных потоков отеля, самого гостиничного бизнеса, динамики рынка недвижимости в целом, а также наличия собственной базы данных, в том числе информации о рынке. С каждым годом гостиниц рекреационного назначения становится больше, а спрос на старые базы отдыха с небольшим комплексом развлекательных услуг всё меньше.

Анализ ситуации, сложившейся на сегодняшний день, показывает, что Республика Марий Эл обладает определенным объемом туристских и рекреационных ресурсов, включающих в себя природные, исторические, социально-культурные объекты. Имеется инфраструктурный потенциал для развития туризма: базы отдыха, пансионаты, оздоровительные центры (36); детские оздоровительные лагеря (23), оздоровительные студенческие лагеря (3); санатории и санатории-профилактории (7) [1].

По предварительным данным мониторинга, внутренний и въездной туристские потоки за I квартал 2015 года составили 96,5 тыс. человек. По сравнению с аналогичным периодом 2014 года показатель увеличился в 1,7 раза (на 40,2 тыс. человек). В гостиничном бизнесе главное – не разовый, а постоянный поток туристов и просто приезжих.

В настоящие дни спросом пользуется загородная усадьба «Тихие зори». В усадьбе несколько коттеджей с уютными номерами. База отдыха предоставляет отдыхающим широкие возможности для различных видов отдыха: спортивное рыболовство, различные виды охоты в сопровождении опытного егеря, увлекательнейшие экскурсии с профессиональным гидом, приготовление марийских национальных блюд в русской печи под руководством опытного повара и т.д.

Уникальным местом отдыха на побережье Волги является база отдыха «Салика». База отдыха предлагает для размещения отдыхающим 14 летних домиков и 5 жилых корпусов, оборудованных номерами разной степени комфортности. Все номера в жилом комплексе имеют санузел, оснащенный душевой кабиной, круглосуточным холодным и горячим водоснабжением. Также имеются различные рекреационные услуги: дартс, пейнтбол и фрисби, кафе-бар, площадки с беседками и мангалами, стол для бильярда, русская баня, настольный теннис.

Таким образом, рынок рекреационных гостиниц формируется очень быстро, сегодня функционирует множество рекреационных гостиниц разного типа как в России, так и в Республике Марий Эл. По-

требность в формировании типовых комплексов для рекреационных гостиниц становится все более актуальной.

Список литературы

1. Постановление Правительства Республики Марий Эл от 24.12.2010 «О республиканской целевой программе «Развитие туризма в Республике Марий Эл на 2011-2016 годы». URL: <http://base.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc;base=RLAW206;n=32170;frame=747> (дата обращения 25.10.15).

2. Квартальнов В. А. Туризм: теория и практика. Современная практика. М.: Финансы и статистика, 2000. 192 с.

3. Развитие гостиничного бизнеса в РМЭ. URL: <http://www.12rm.ru/2014/07/ro-razvitiyu-gostinichnogo-biznesa-marij-el-zanimaet-poslednee-mesto-v-pfo/> (дата обращения 25.10.15).

4. Савкина О. В. Новый подход к классификации коллективных средств размещения рекреационного типа // Сборник статей всероссийской заочной научно-практической Интернет-конференции «Актуальные проблемы экономики и управления в сфере туризма и сервиса», 27-28 апреля 2011. 160 с.

УДК 332.122.6

Ведерникова Л. Ю., магистрант,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

РАЗВИТИЕ РЕКРЕАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РЕСПУБЛИКЕ МАРИЙ ЭЛ

Автором предпринята попытка анализа туризма на территории РМЭ. Рассмотрены существующие рекреационные предприятия. Представлен ряд предложений по дальнейшему их развитию.

Ключевые слова: туризм, рекреационные предприятия.

THE DEVELOPMENT OF RECREATIONAL ENTERPRISES IN THE REPUBLIC OF MARI EL

The Author attempts to analyze the tourism on the territory of the Republic of Mari El. The existing recreational enterprises. Presents a number of proposals on their further development.

Keywords: tourism, recreational enterprises.

В 2008 г. в России была разработана «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года». Большинство регионов Российской Федерации имеют программы развития туризма. К сожалению, РМЭ не относится к этому числу, хотя попытки создать республиканскую программу развития данной сферы предпринимались. По экспертным оценкам Комитета по внутреннему туризму АТОР сделан вывод, что на современном этапе существуют все предпосылки развития туризма в Республике Марий Эл: историко-культурные ресурсы, природно-рекреационные ресурсы, условия для инвестиционного климата. Последнее особенно важно в контексте развития туристской инфраструктуры в Марий Эл. При этом под инвестиционным климатом следует понимать степень благоприятности ситуации в республике по отношению к внутренним и внешним инвестициям, которые могут быть реализованы в туристскую инфраструктуру.

Стратегия долгосрочного социально-экономического развития РМЭ, утвержденная постановлением Правительства Республики Марий Эл от 31 августа 2007 г. № 214 (с изменениями от 10 февраля 2009 г.), наметила основные перспективы развития туризма в Марий Эл [1]. В частности, определены зоны активизации туристско-рекреационной деятельности.

Наиболее перспективной и подготовленной территорией для формирования научно обоснованного комплексного рекреационного использования является зона активизации в национальном парке «Марий Чодра». В качестве доминирующей отрасли рекреационной деятельности предлагается санаторно-курортная. Наличие ценных бальнеологических ресурсов (минеральные воды, лечебные грязи) позволяет осуществить развитие сети курортных учреждений, включающей санатории и пансионаты с лечением. Наряду с существующими объектами (санаторий «Кленовая Гора», санаторий «Сосновый бор», лечебнооздоровительный комплекс «Лесная сказка», оздоровительные комплексы на берегу озера Кичиер) возможно создание комфортабельного оздоровительного комплекса.

Большое значение для привлечения рекреантов и обеспечения конкурентоспособности территории приобретают не только медицинские услуги, но и уровень комфорта, спортивное оснащение, туристские программы и т.д. Целесообразно создание также и внекурортных учреждений, таких как мини-завод по розливу минеральных вод, производству лечебных грязей [2].

Для развития познавательного, экологического, спортивно-оздоровительного туризма необходимо совершенствование существующих туристских объектов, сферы обслуживания, организация новых туристских маршрутов, особенно конных и байдарочных, с выходом на перспективные рекреационные территории. Для эффективного использования рекреационного потенциала особое внимание уделяется уровню сети туристских объектов с учетом основных групп потоков туристов со стационарным проживанием, путешествующих на теплоходах, однодневных посетителей [3, 4]. Целесообразно создание высококлассного гостиничного комплекса в г. Козьмодемьянске, а также сети малых гостиниц, частных пансионатов, кемпингов, придорожных гостиниц на основных маршрутных, внутренних и радиальных туристских трассах.

Если судить по мировым меркам, то туризм у нас как отрасль еще очень молод. И предстоит очень многое сделать для создания современной туристической структуры. В настоящее время в РМЭ разрабатывается и находится в стадии реализации ряд проектов, направленных на развитие внутреннего и въездного туризма [5]. Значительные инвестиции потребуются также для укрепления материальной базы, чтобы удовлетворить потребности самых разных клиентов, повысить качество услуг.

Список литературы

1. Стратегия долгосрочного социально-экономического развития РМЭ: утв. постановлением Правительства РМЭ от 31.08.2007 г. № 214 (с изменениями от 10 февраля 2009 г.). URL: <http://www.garant.ru/hotlaw/mariel/>
2. План реализации схемы территориального планирования РМЭ: утв. постановлением Правительства Республики Марий Эл от 29 января 2009 г. № 20. URL: <http://www.garant.ru/hotlaw/mariel/>
3. Полухина А. Н. Использование историко-культурного наследия РМЭ в туризме // Финно-угроведение. 2007. № 1. С. 50-57.
4. Полухина А. Н. Перспективы развития туризма в РМЭ с точки зрения ситуационного подхода // Геоситуационный анализ: материалы докладов Международной научной конференции, 2007. Казань: КГУ, 2007. С. 255-258.

Бабин Д. В., магистрант,
Охотина Н. М.,
канд. ист. наук, доцент кафедры сервиса и туризма,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

ОЦЕНКА И ЗНАЧЕНИЕ РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ В РАМКАХ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО СЕКТОРА

В современных экономических условиях развитие внутреннего туризма играет особо важную роль, подразумевая перспективы достойного замещения зарубежных курортов, способствуя развитию экономики региона и страны в целом и сбережению денежных средств населения. Актуальность развития внутреннего туризма в пределах Республики Марий Эл велика. Ввиду наличия высоких показателей среди рекреационных ресурсов особенно актуальным является расширение санаторно-курортного сектора, перспективы развития и современное состояние которого рассмотрены в данной статье.

Ключевые слова: рекреация, санаторно-курортный сектор, рекреационные ресурсы.

EVALUATION AND VALUE OF RECREATIONAL RESOURCES OF THE REPUBLIC OF MARI EL IN SANATORIUM SECTOR

In modern economic conditions the development of internal tourism plays a particularly important role, meaning the prospects of worthy replacement of foreign resorts, assisting progress of economy of region and the country as a whole and to the savings of money resources of the population. The urgency of the development of internal tourism within the limits of the Republic of Mari El is great, and in view of the high parameters among recreational resources, especially actual are the expansion of the spa sector, prospects of the development and the present state, they are considered in given article.

Keywords: recreation, hospitality, health resort sector, recreational resources.

Как известно, отсутствие единых мировых терминологических стандартов и единой законодательной российской базы, регулирующей определения основных понятий, привели к широкому разобщению базы терминов и невозможности единой трактовки тех или иных понятий в области туризма и рекреации. Однако в настоящее время наиболее актуальным и распространённым определением термина «рекреация» является «отдых, восстановление сил человека, израсходованных в про-

цессе труда» [1, с. 86]. В данном определении просматривается особая значимость рекреации, заключающаяся в благополучной жизнедеятельности, которая прямым образом влияет на работоспособность индивида и качество выполняемых трудовых обязанностей. Считается, что наилучший рекреационный эффект достигается вдали от места постоянного проживания, то есть в курортных местах иных областей или за границей. Однако подобного рода дальние переезды зачастую отличаются дороговизной, а в случае иностранных туристских направлений несут минимальную выгоду экономике России. Поэтому целесообразно и разумно продвигать развитие рекреации и туризма как её составляющей в пределах домашнего региона в случае наличия необходимых рекреационных ресурсов, представляющих компоненты природной среды, объекты хозяйственной деятельности, обладающие уникальностью, оригинальностью, эстетической привлекательностью и целительно-оздоровительной значимостью [4, с. 68].

Большими объёмами подобных ресурсов различного характера располагает Республика Марий Эл, что означает потенциальную возможность развития туристической инфраструктуры и услуг в сфере рекреации, а также становления республики как конкурентоспособного субъекта в рамках индустрии туризма. Если рассматривать функции рекреации в призме здравоохранения населения, то наиболее важными и эффективными в этом контексте представляются медико-биологические функции, подразумевающие непосредственно прямое благоприятное воздействие на организм с целью лечения и профилактики заболеваний. Наибольший эффект в этом случае свойственен специализированным гостиницам и аналогичным средствам размещения, предоставляющим оздоровительные услуги и расположенным в природных местах, обладающих ресурсами должного характера. Под такими ресурсами прежде всего подразумеваются минеральные источники, лечебные грязи, лесные массивы (особенно сосновые), ландшафт, благоприятная экологическая обстановка.

Марий Эл отличается высокой степенью сохранности природных экосистем, уступающей, согласно данным Независимого экологического рейтингового агентства, только Костромской и Кировской областям [8]. Территория, равная 1,416 млн гектаров, густо покрыта лесами, причём основной лесообразующей породой является сосна обыкновенная, лесные массивы которой отличаются особым боровым микроклиматом, для которого характерны повышенная концентрация кислорода, его высокая ионизация и обогащение воздуха летучими химическими веществами – фитонцидами, что крайне благоприятно влияет на состояние

организма человека [2, с. 20]. Часть лесного фонда находится в составе особо охраняемых природных территорий федерального и республиканского значения, самой обширной и известной из которых является национальный парк «Марий Чодра». Гидрография республики представлена многочисленными реками и озёрами, в том числе самой длинной и многоводной рекой Европы – Волгой, 155 километров протяжённости которой проходит по территории Марий Эл. В долинах рек Илеть и Юшут находится значительное количество источников минерального характера, которые в настоящее время активно используются в лечебных целях в санаториях, домах отдыха и больницах [3].

Ещё в 2007 году, согласно Стратегии долгосрочного социально-экономического развития Республики Марий Эл, в качестве доминирующей отрасли рекреационной деятельности предлагалась санаторно-курортная, прежде всего именно ввиду наличия ценных бальнеологических ресурсов, что позволяет осуществить развитие сети курортных учреждений и возможное создание комфортабельного оздоровительного комплекса [7]. Однако существует ряд факторов, препятствующих динамичному развитию сферы рекреации в республике, среди которых прежде всего необходимо отметить недостаточно высокое качество сервиса, низкое качество дорог к объектам туристской инфраструктуры или их отсутствие, незначительный уровень информационной поддержки, высокий моральный и технический износ предприятий, малая известность туристских продуктов республики и ряд других проблем [5]. Решение этих и других вопросов предполагается посредством реализации мероприятий государственной программы «Развитие туризма в Республике Марий Эл на 2014-2020 годы», что в итоге должно оказать позитивное влияние на социально-экономическое развитие республики. В перспективе предлагается реконструкция старых предприятий, создание новых, а также увеличение объёма услуг и, как следствие создание новых рабочих мест, привлечение новых кадров и увеличение заработной платы работников.

На данный момент средства размещения рекреационной направленности представлены 35 учреждениями. Многие из них располагаются в непосредственной близости к водоемам, некоторые имеют прямой доступ к лечебным грязям и минеральным источникам. Как уже было замечено, материальная база санаториев и баз отдыха республики в достаточной степени изношена, что в совокупности с растущими запросами потребителя вынуждает провести модернизацию как в техническом плане, так в спектре дополнительных услуг, привлекая на вооружение услуги развлекательного и культурно-познавательного характера, спо-

собные дополнить и разнообразить пребывание человека в данном учреждении.

Важным моментом является то, что здоровье есть важный компонент экономического фактора труда, то есть оно представляет собой ресурс трудоспособности, а значит, возможность ведения той или иной рабочей деятельности в пользу экономики региона. Сущность здоровья как социально-экономической категории проявляется и в том, что любая потеря здоровья приводит к неизбежным расходам на его восстановление и экономическим потерям, обусловленным снижением возможностей осуществления общественно полезной деятельности [6, с. 9]. Развитый рекреационный сектор способен дать новые возможности развития экономики республики, заняв важную финансовую ячейку среди платных услуг населению, и в совокупности с повышением состояния здоровья кадров открыть новые экономические потенциалы, полезные для страны в целом. Совершенствование туристских объектов и, что немаловажно для привлечения рекреантов и обеспечения конкурентоспособности территории, развитие не только широкого спектра услуг, но и уровня комфорта и сервиса обеспечат дальнейшее развитие туризма в пределах Республики Марий Эл и выведут рекреационный сектор на принципиально новый уровень.

Список литературы

1. Ветитнев А. М. Курортное дело: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2006. 250 с.
2. Карасёва М. А. Лиственница сибирская в Среднем Поволжье: научное издание. Йошкар-Ола: МарГТУ, 2003. 376 с.
3. Развитие туризма в Республике Марий Эл на 2011-2016 годы: офиц. текст [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://minsport-mari.ru/archives/1565> (дата обращения: 23.10.2015)
4. Кусков А. С., Голубева В. Л., Одинцова Т. Н. Рекреационная география: учебно-методический комплекс. М.: МПСИ, Флинта, 2005. 496 с.
5. О государственной программе Республики Марий Эл «Развитие туризма в Республике Марий Эл на 2014-2020 годы»: офиц. текст [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://docs.pravo.ru/document/view> (дата обращения 23.10.2015)
6. Общественное здоровье и экономика / Б. Б. Прохоров, И. В. Горшкова, Д. И. Шмаков, Е. В. Тарасова. М.: МАКС Пресс, 2007. 288 с.
7. Стратегия долгосрочного социально-экономического развития Республики Марий Эл: офиц. текст [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://gov.mari.ru/rep/strategy/> (дата обращения 23.10.2015)
8. Экология и Энергетика: Рейтинг регионов России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://nera.biodat.ru/ratings/regions/> (дата обращения 22.10.2015)

Полухина А. Н.,
д-р. экон. наук, профессор кафедры сервиса и туризма,
PoluhinaAN@volgatech.net;
Семенова А. Г., магистрант,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Автором предпринята попытка анализа системы управления персоналом гостиничного предприятия. Гостиница как предприятие, предоставляющее ряд социально-экономических услуг, не может существовать без квалифицированного персонала. В статье рассмотрена технология подбора персонала гостиничного предприятия.

Ключевые слова: гостиничное дело, система управления, персонал, гостиница.

The author attempts to analyze the personnel management system of the hotel enterprise. The hotel as a company providing a range of socioeconomic services can not exist without qualified personnel. The article was considered technology selection of staff of the hotel enterprise.

Keywords: hospitality, management system, staff, hotel.

Исходный этап в процессе управления персоналом - набор и отбор кадров. От того, как проведен набор и какие люди отобраны для работы в гостинице, зависит процесс управления человеческими ресурсами. Для того чтобы нанять соответствующих работников, нужно в деталях знать, какие задачи они будут выполнять во время работы и каковы индивидуальные и общественные характеристики этих работ. Эти знания получают посредством анализа содержания работы, без которой трудно реализовать все остальные функции управления. В основе соответствующего документа лежат определенные соображения в планировании рабочей силы и потребности организации в контроле деятельности менеджеров при наборе персонала в их рабочие подразделения. Эффективная работа персонала, особенно управляющего, является необходимым условием успешной деятельности гостиницы.

Когда организации необходимо принять новых работников, возникает вопрос: где искать потенциальных работников? Источники найма персонала в гостинице могут быть внутренние и внешние.

Преимуществами внутреннего источника найма персонала (перевод с одной специальности на другую) являются знание отделом кадров и

руководством гостиницы всех достоинств и недостатков работника, сокращение затрат на найм. Также существуют и недостатки: своеобразная угроза накопления сложных личных взаимоотношений в коллективе, плохое отношение к человеку со стороны его бывших коллег.

Преимущества внешнего источника найма персонала – выбор из большого числа кандидатов, появление новых идей в работе. Недостатки – долгий период привыкания, неизвестные личностные характеристики кандидатов. При данном поиске специалистов используют разные способы: объявление о приеме на работу; поиск кандидатуры среди выпускников учебных заведений; опрос клиентов, поставщиков, сотрудников (нет ли у них знакомых, отвечающих предъявляемым требованиям); обращение в агентства по трудоустройству [2, с. 173].

Решение использовать ту или иную среду принимает отдел кадров в зависимости от сложившейся ситуации.

Сам процесс отбора начинается по мере накопления заявок (резюме) от работодателей. Далее претенденты по объективным данным (отсутствие опыта, знаний, образования), заявленному опыту отсеиваются (исключаются).

Следующими фазами отбора являются:

- личные беседы;
- выявление уровня знаний;
- выяснение причин увольнения с предыдущей работы;
- выполнение практических заданий с целью выявления навыков и ориентационных способностей в конкретной ситуации.

В целом решение о выборе принимается на основе сгруппированных факторов, таких как образование кандидатов, уровень профессиональных навыков, опыт предшествующей работы, личностные качества. В гостиничном бизнесе большое значение имеют личное дело с претендентами, потому что будущие работники будут сталкиваться непосредственно с клиентами.

Одним из важнейших звеньев технологии управления является оплата работникам за выполненную ими работу. В гостиницах заработная плата устанавливается согласно существующей тарифной сетке по оплате труда. Также существуют вознаграждения, виды и размеры которых определяются по факторам производственной отдачи, по трудовой дисциплине, что является денежной мотивацией к улучшению эффективности работы каждого сотрудника в отдельности.

В следующем пункте системы управления персоналом после принятия на должность сотрудника является его ориентация, адаптация к условиям работ. Отдел кадров при адаптации учитывает все аспекты (тонкости) работы нового сотрудника. Выдаются правила, нормы, льго-

ты для него, а также его специфические обязанности, место и время работы, функциональные обязанности в напечатанном виде. Программа адаптации включает также ознакомление со зданием, расположением отделов в целом.

Процесс ориентации переходит в следующую стадию управления персоналом – в производственные технологии адаптации. Прежде чем приступить к работе, в течение одного дня работнику моделируют различные гостиничные ситуации, которые могут возникнуть в дальнейшей, будущей его работе. Но функции отдела кадров на этом не заканчиваются.

Профориентация на гостиничном предприятии – это некий комплекс мер, связанных между собой экономически, социально, психологически и педагогически направленных на формирование профессионального опыта каждого сотрудника [1, с. 40].

Таким образом наличие квалифицированного персонала является главным условием эффективного развития гостиничного бизнеса, где персонал непосредственно контактирует с потребителями и представляет собой тем самым наиболее значимую составляющую в процессе получения прибыли.

Список литературы

1. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. 8-е изд. М. Амстронг. СПб.: Питер, 2004. 825 с.
2. Полухина А. Н. Гостиничное дело: учебное пособие. Йошкар-Ола: ПГТУ, 2013. 240 с.

УДК 338.48

Обухова З. Д., магистрант,
obukhova.zalina@mail.ru;

Васина С. М.,
канд. ист. наук, зав. кафедрой сервиса и туризма,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

В статье рассмотрены особенности развития гостиничной индустрии в Кыргызской Республике, выявлены основные проблемы, мешающие развитию гостиничного бизнеса, а также предложены пути решения выявленных проблем.

Ключевые слова: гостиничная индустрия, Кыргызская Республика, законодательство, международные организации, перспективы, туристический бренд, проблемы, Ассоциация гостиничного и ресторанного бизнеса, туроператоры.

PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF HOTEL BUSINESS IN THE KYRGYZ REPUBLIC

In the master's work will be considered features of the development of the hotel industry in the Kyrgyz Republic, identified the main problems hindering the development of the hospitality industry, as well as proposed solutions to these problems.

Keywords: hotel industry, Kyrgyz Republic, legislation, international organizations, prospects, tourist brand, problems, Association of hotel and restaurant business, tour operators.

В Кыргызстане настоящее время ведется массовое строительство гостиниц, пансионатов, малых отелей и других средств размещения. В связи с этим одним из ключевых направлений развития национальной индустрии гостеприимства является подготовка по международным стандартам конкурентоспособных кадров для данной сферы.

Современная гостиничная индустрия как часть инфраструктуры туризма включает в себя целый комплекс услуг для туристов и является ключевым фактором, определяющим перспективы развития туризма в Кыргызстане.

Индикатором успеха в сфере туризма являются доходы, поступившие за счет средств иностранных граждан. Согласно статистическим данным, более 800 тысяч туристов (из них более 200 тысяч иностранных туристов) посетили только озеро Иссык-Куль за летний сезон 2014 года, а в целом Республику Кыргызстан в 2014 году посетило около 4 млн человек.

В то же время количество и качество номерного фонда далеко от нормативных цифр. Например, в столице количество койко-мест составляет не более 1500, из них только 20-30 процентов могут претендовать на достойный уровень обслуживания. В период же проведения крупных политических мероприятий, госчиновники элементарно не знают, где размещать гостей форумов и конференций. Принять большое количество людей в Бишкеке могут только два, максимум три отеля. Проведение Саммита стран ШОС в сентябре 2014 года показал, что в стране есть недостаток средств размещения на качественном уровне. Прием и размещение иностранных делегаций и гостей столицы на качественном профессиональном уровне является одной из приоритетных задач гостиничной индустрии республики на ближайшее время.

Большинство проблем развития сферы гостиничного бизнеса лежит на стыке разных отраслей, а их решение является вопросом межведомственных согласований. Гостиничная деятельность попадает под регулирование самых различных разделов права: международного, транспортного, таможенного, земельного, налогового, лицензионного, природоохранного, защиты прав потребителей, а также законодательства о безопасности и защите прав и интересов граждан. Поэтому необходимо совершенствование законодательства Кыргызской Республики, подзаконных актов в области индустрии гостеприимства, которые позволят создать благоприятные условия для развития гостиничного бизнеса, привлечения инвестиций, развития внутреннего и въездного туризма.

Особую роль в туристическо-гостиничной отрасли играют донорские институты. Это различные международные организации, оказывающие помощь в создании инфраструктуры туризма в республике и помогающие в продвижении национального турпродукта на международном рынке. Среди наиболее активных организаций можно назвать UNDP, USAID, GTZ, TACIS, Helvetas и некоторые другие, имеющие свои представительства в Кыргызстане. К примеру, Министерство культуры и туризма Кыргызской Республики в сотрудничестве с МДС в рамках Центральноазиатской инвестиционной программы осенью прошлого года провело конкурс на разработку туристического бренда и официального туристического сайта Кыргызстана. Для инвесторов наличие сильного национального бренда является важным фактором, который сможет создать перевес рискам инвестирования в определенный регион. Активная и структурированная работа по улучшению имиджа страны помогает расширению рынков сбыта отечественной продукции и повышению лояльности населения к собственной стране. В итоге у республики появился свой логотип, отражающий Кыргызстан как страну туризма.

В плане совершенствования системы приема туристов, а именно гостиничного бизнеса, необходимы принятие правил предоставления гостиничных услуг в Кыргызской Республике и их унификация с учетом международных норм и практики индустрии гостеприимства. У нас недостаточно проработаны собственные требования к классификации гостиниц и других средств размещения, учитывающие индивидуальную специфику региона. В большинстве стран предварительная классификация является необходимым условием при получении лицензии на гостиничную деятельность. Практика популярных с туристической точки зрения стран такова, что большинство отелей старается войти в национальную ассоциацию, которая устанавливает стандарты отелей и сертифицирует их.

фицирует их по выработанным критериям. Она же и следит за соблюдением гостиницами предъявленных требований. В Кыргызстане существует Ассоциация гостиничного и ресторанного бизнеса (АГиРБ), готовая взять на себя функции координирующего органа совместно с Департаментом по туризму Министерства культуры, информации и туризма. Однако неизвестно, по каким причинам это нововведение в сфере гостиничной индустрии уже который год пробуксовывает.



Взаимоотношения гостиниц и туроператоров – один из залогов успеха совместной деятельности в индустрии гостеприимства. Универсальных правил работы отелей с туроператорами нет. Отели находятся в разных условиях (наполняемость, сезонность, местоположение и профиль средств размещения). Один из главных вопросов взаимодействия – это условия бронирования и аннулирования мест. Чем жестче номерная политика, тем сложнее работать туроператору с отелем, тем сложнее развивать туристический бизнес. Гостиничная индустрия должна идти навстречу туристическим фирмам и динамично реагировать на изменение конъюнктуры рынка и своевременно вносить изменения в свою политику.

Немаловажное значение имеет создание системы информационного обеспечения гостиничной деятельности. Сегодня мы имеем целый ряд систем бронирования и резервирования, однако необходимо создание единого туристического сайта страны и центра системы бронирования,

включающего в свой банк данных по возможности все средства размещения, действующие на территории Кыргызстана, независимо от профиля, специализации или направления деятельности.

Одной из главных проблем в дальнейшем развитии гостиничной сферы является низкий уровень навыков обслуживающего персонала гостиниц и ресторанов, который не позволяет Кыргызстану достойно конкурировать на международных и региональных рынках туризма. Несмотря на то что высшие учебные заведения республики ведут обучение управленческого звена, на рынке образования практически нет предложений по обучению технического персонала. Это касается таких направлений, как сервисное и техническое обслуживание, питание, служба горничных, система безопасности. Положительный пример существует в Иссык-Кульской области Кыргызстана, где при содействии

Швейцарской ассоциации международного сотрудничества «Хельветас» уже несколько лет работает проект по профессиональному обучению сервисного обслуживания в гостиничном хозяйстве сельской местности T-STAR.

В Бишкеке столичный отель «Ак-Кеме» не первый год заключает учебные-практические договора с высшими и средними специальными учебными заведениями, такими как Академия туризма, КГУСТА, профессионально-технический лицей № 20, по совместному сотрудничеству и обучению специалистов в данной отрасли.

Однако следует отметить о недостаточных производственных связях между другими учебными заведениями республики, занимающимися подготовкой специалистов в области туристическо-гостиничного бизнеса, и ведущими гостиничными комплексами.

Список литературы

1. Гостиничное дело в Кыргызской Республике [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/rudenko.htm (дата обращения 2.11.2015).

2. Туризм в Кыргызской Республике. Статистика [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.stat.kg/ru/publications/sbornik-turizm-v-kyrgyzstane/> (дата обращения 2.11.2015).

Леонтьева К. Ю., магистрант;
Охотина Н. М.,
канд. ист. наук, доцент кафедры сервиса и туризма,
OhotinaNM@volgatech.net;
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РЫНКА ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА В РОССИИ И РЕСПУБЛИКЕ МАРИЙ ЭЛ

В статье рассмотрен современный рынок гостиничного хозяйства. Предпринята попытка анализа туризма на территории РМЭ, рассмотрен инвестиционный проект «Царь-град».

Ключевые слова: рынок гостиничного хозяйства, туризм, гостиница.

ASSESSMENT THE CURRENT STATE OF THE MARKET OF THE HOTEL INDUSTRY IN RUSSIA AND REPUBLIC OF MARI EL

The article is reviewing present day market of the hotel industry. The attempt was made in analyzing tourism in Mari El Republic, and the investment project “Tsar-Grad” was reviewed.

Keywords: market of the hotel industry, tourism, hotel.

За последние несколько десятилетий гостиничная индустрия изменилась до неузнаваемости. Сегодня в этой сфере деятельности, как никогда, имеются большие возможности как для успеха, так и для неудач. Современные гости ожидают от гостиничного предприятия высоких стандартов обслуживания. Всё это ставит перед руководителями гостиничных предприятий, чьё основное внимание до недавнего времени было сосредоточено на оперативном управлении производством, новые задачи.

Сегодня индустрия гостеприимства – это мощнейшая система хозяйства региона или туристского центра и важная составляющая экономики туризма. Индустрию гостеприимства составляют различные средства коллективного и индивидуального размещения: отели, гостиницы, мотели, молодежные отели и общежития, апартаменты, туристские хутора, а также частный сектор, участвующий в размещении туристов. Размещение занимает центральное место в комплексе услуг, предоставляемых туристам во время путешествия, и являются неотъемлемой частью каждого тура.

По последним статистическим данным, российский рынок гостиничных услуг вырос более чем на 20%. Увеличивается количество людей, желающих путешествовать по собственной стране. Российские граждане, учитывая сложности, возникшие в сфере международного туризма, и риски, связанные с разорением многочисленных туристических фирм, начинают отдавать предпочтение отдыху у себя «дома» [3].

В настоящее время в регионах РФ реализуется 81 гостиничный проект, что на 17 тыс. увеличит номерной фонд. Тормозит рост гостиниц в регионах неразвитость транспортной инфраструктуры, коммуникаций, отсутствие кадрового резерва, а также бюрократические задержки, которыми неизбежно сопровождается процесс реализации проектов. Не столь высокий, как в столицах, доход с номера увеличивает срок возврата вложенных средств и, следовательно, риски по региональным проектам. По данным Федеральной службы государственной статистики, за последние десять лет доходы российского гостиничного рынка ежегодно росли на 15-20 % [2].

Более 55 % регионов Российской Федерации (46 субъектов) характеризуется благоприятным влиянием группы экономических факторов на развитие гостиничной индустрии: г. Москва и г. Санкт-Петербург, Ханты-Мансийский и Ямало-Ненецкий автономные округа, Тюменская и Сахалинская области и др.

Группа экономических факторов развития гостиничной индустрии в регионах РФ включала в себя следующие параметры оценки:

- 1) ВРП на душу населения, тыс. руб./чел.;
- 2) темпы роста валового регионального продукта, %;
- 3) выручка от оказания туристских услуг, рублей на душу населения;
- 4) средняя доходность гостиничного номера, тыс. руб/год;
- 5) число собственных легковых автомобилей на 1000 чел. населения;
- 6) плотность автомобильных дорог с твердым покрытием общего пользования на 1000 кв. км территории [5].

Гостиничный бизнес в России переживает новую стадию развития. Сочинские гостиничные рекорды, казанские достижения, открытия, прошедшие в последние два-три года, - все это изменило рынок, конъюнктуру предложения средств размещения. Появились города и регионы, где выходы новых отелей надо крайне аккуратно рассчитывать, рынок, который перенасыщен разного типа предложением: Ростов, Екатеринбург, Сочи, Казань, Санкт-Петербург и т.д. Каждый новый отель на довольно стабильном спросе только забирает часть бизнеса у уже существующих, размазывая полученный поток туристов на все объекты [2].

Сети опутывают страну. Тенденция набрала обороты: гостиничные сети, преимущественно международные, открывают свои отели по всей

стране. Объектом их интереса являются не только города-миллионники, но и второй и третий эшелон территорий. Наиболее активными являются Rezidor, Accor, Intercontinental, однако Hilton с брендами 4 и 3 звезды из своего портфеля, Windham, Tulip не отстают и тоже расширяют представительство на территории РФ. Можно прогнозировать, что наша страна не пойдет по стопам Америки, а вот европейский и азиатский путь скорее будет нашим вектором. Так, количество сетевых объектов будет составлять от 10 % от всех объектов гостиничного хозяйства страны, что уже немало [5].

Развитию сферы туризма уделяется пристальное внимание не только на федеральном, но и на региональном уровнях. Республика Марий Эл не является исключением.

Развитие сферы внутреннего и въездного туризма способствует решению не только социальных проблем, но и служит основой для экономического роста как в Российской Федерации, так и в Республике Марий Эл. По данным мониторинга деятельности туристических организаций республики, по состоянию на 1 января 2015 года на территории республики осуществляют деятельность 66 туроператорских и турагентских фирм, инфраструктура сферы туризма представлена 40 гостиницами и гостевыми домами, 4 хостелами, 30 объектами санаторно-оздоровительной отрасли, включая лагеря и пансионаты с лечением, 9 туристскими комплексами и 18 базами отдыха, а также 82 точками изготовления и (или) продажи изделий народных художественных промыслов и сувениров [1].

Гостиницы Йошкар-Олы предоставляют широкий выбор условий проживания: от многоместных хостелов экономкласса до двухуровневых апартаментов класса люкс. Также много предложений по аренде квартир. В настоящее время функционирует туристско-информационный портал о городе Йошкар-Оле и республике visitola.ru, visitola.com на русском, марийском и английском языках [3].

Альтернативой гостиницам могут стать почасовые или посуточные квартиры, гостевые дома, санатории и базы отдыха, расположенные за городом.

В прошлом году эти два инвестиционных проекта прошли конкурсный отбор в Федеральном агентстве по туризму и попали в перечень приоритетных проектов для второго этапа федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». Сейчас в большей степени работают над проектом «Царь-град». Этот проект предполагает построение гостиничного комплекса, достаточно большого для республики, на берегу Кокшаги, в котором будут конференц-зал и фитнес-центр [4].

Таким образом, рынок гостиничного хозяйства в РМЭ растет. Предлагается широкий выбор условий проживания. Открываются новые отели, хостелы, улучшается качество услуг. В настоящее время в РМЭ разрабатывается и находится в стадии реализации ряд проектов, направленных на развитие внутреннего и въездного туризма.

Список литературы

1. Андрей Пуртов: «Благодаря ФЦП «Развитие туризма» туристические проекты Марий Эл смогут привлечь значительные инвестиции». [Электронный ресурс] // Инвестиции в туризм. Режим доступа: <http://rusturinvest.ru/interview/andrey-purtov-blagodarya-fcp-razvitie-turizma-turi-1437.html>

2. Гостиничная карта. [Электронный ресурс] // Российская бизнес газета. Режим доступа: <http://www.rg.ru/2014/03/18/gostinica.html> (дата обращения: 26.10.2015)

3. Гостиницы, отели и хостелы Йошкар-Олы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://visitola.ru/live.html> (время обращения: 26.10.2015)

4. Доклад председателя Комитета Республики Марий Эл по туризму А. П. Пуртова «О развитии сферы туризма в Республике Марий Эл» [Текст]: [Электронный ресурс] / Комитет Республики Марий Эл по туризму. Режим доступа: <http://mar-el.gov.ru/komtur/Pages/texts.aspx> (дата обращения 27.10.2015)

5. Рынок гостиничных услуг: объем и темпы роста. [Электронный ресурс] // Деловые новости. 20 ноября 2015. Режим доступа: <http://delonovosti.ru/business/2722-rynok-gostinichnyh-uslug-obem-i-tempy-rosta.html> (время обращения: 27.10.2015)

УДК 640.41

Кусюкбаева Т. Г., магистрант,
Васина С. М.,

канд. ист. наук, зав. кафедрой сервиса и туризма,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

ПРОФЕССИОНАЛИЗМ КАДРОВ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ГОСТИНИЧНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

В работе рассматриваются особенности оказания гостиничных услуг, роль и место персонала в этом процессе. Дается краткая характеристика системы менеджмента качества на примере гостиничного предприятия.

Ключевые слова: управление, качество, гостиница.

THE PROFESSIONALISM OF THE STAFF AND EFFECTIVE QUALITY MANAGEMENT OF HOTEL SERVICE

The paper discusses the peculiarities of hotel services, the role of staff in this process. A brief description of the quality management system on the example of hotel business.

Keywords: management, quality, hotel.

Доходы любой организации в первую очередь зависят от того, насколько профессионально в ней работают специалисты. В развитии общественного производства и повышении его эффективности ведущая роль наряду с научно-техническим прогрессом принадлежит трудовым ресурсам. Оказание услуг в гостиничной индустрии невозможно без активного участия персонала, причем большинство сотрудников гостиничных предприятий в процессе своей профессиональной деятельности входят в непосредственный контакт с потребителями услуг. Поэтому в гостиничной индустрии при формировании системы качества оказываемых услуг на первое место необходимо ставить разработку системы управления персоналом, т.е. выработать такие стандарты персонала, которые смогут обеспечить должный уровень их профессионализма.

Опыт деятельности гостиничных предприятий показывает, что понимание руководством и персоналом сути принципов менеджмента качества, опора на них в повседневной практической работе является залогом успешной деятельности в области качества в конкурентной среде и обеспечения результативности внедряемой гостиничным предприятием системы менеджмента качества. Однако к такому восприятию принципов ее работы руководители гостиничных предприятий в реальной ситуации бывают не готовы, не могут правильно организовать дело, обеспечить результативность создаваемых систем на основе совершенствования профессионализма кадров. Система менеджмента качества систематизирует и регулирует все виды деятельности гостиничного предприятия. Она направлена на достижение результатов в соответствии с целями в области качества, чтобы удовлетворять потребности, ожидания и требования заинтересованных сторон в процессах деятельности гостиничного предприятия. Кроме того, она является общей моделью обеспечения качества процессов гостиничного предприятия, в том числе процессов жизненного цикла продукции.

Таким образом, необходимо повышать эффективность управления качеством гостиничного обслуживания на основе совершенствования профессионализма кадров, что обеспечит высокий уровень культуры сервиса, наиболее полное удовлетворение запросов потребителей на

основе поиска адекватных научно-практических мер по решению проблем, возникающих в деятельности гостиничных предприятий.

Список литературы

1. Тимохина Т. Л. Организация приема и обслуживания туристов. М.: Инфра-М, 2013. 351 с.

2. Ксенофонтов А. В. Взаимосвязь между качеством услуг и эффективностью гостиничного бизнеса // Сборник научных трудов Балтийской академии туризма и предпринимательства. СПб.: Астерион, 2011. С. 45-54.

УДК 640.41

Кусюкбаева Т. Г., магистрант;

Васина С. М.,

канд. ист. наук, зав. кафедрой сервиса и туризма,

Поволжский государственный технологический университет,

г. Йошкар-Ола, Россия

МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ГОСТИНИЧНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ОСНОВЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА КАДРОВ

Авторы освещают вопросы повышения эффективности управления качеством гостиничного обслуживания, характеризуют понятие «качество обслуживания» на примере гостиничного предприятия, выделяют основные принципы управления гостиницей для руководства предприятия.

Ключевые слова: эффективность, качество, кадры.

THE MECHANISM OF INCREASE OF EFFICIENCY OF QUALITY MANAGEMENT OF HOTEL SERVICES ON THE BASIS OF IMPROVEMENT OF PROFESSIONAL TRAINING OF THE STAFF

The authors have covered the issues of improving the efficiency of quality management of hotel service. Characterized by the concept of service quality on the example of the hotel enterprise, the main management principles hotel management.

Keywords: efficiency, quality, footage.

Одной из важнейших проблем на современном этапе развития гостиничной индустрии является проблема повышения эффективности

управления качеством обслуживания. В настоящее время наиболее жизнеспособными в гостиничном бизнесе оказываются те предприятия, которые ориентированы на клиента и его потребности. С ростом спроса на услуги гостиничного бизнеса растет и предложение, поэтому повышение эффективности управления качеством гостиничного обслуживания является одним из решающих аргументов в конкурентной борьбе.

В гостиничной индустрии под качеством прежде всего понимается степень удовлетворенности клиента, а уровень качества зависит от того, насколько совпали его представления о желаемом обслуживании в гостинице. Таким образом, управление качеством обслуживания в гостиничной индустрии должно включать осознание качества как процесса, где ведется непрерывная работа над удовлетворением потребностей клиентов, понимание связи между качеством обслуживания клиентов и корпоративной культурой.

Качество обслуживания в первую очередь зависит от профессионализма кадрового состава, поэтому особое внимание должно уделяться подготовке кадров, т.е. обучению работников навыкам, позволяющим поднять производительность их труда. Основные требования, обеспечивающие эффективность обучения персонала гостиничного предприятия, сводятся к следующему: для обучения необходима мотивация; руководство гостиничного предприятия должно создать климат, благоприятствующий обучению; обучающиеся должны почувствовать обратную связь по отношению к результатам обучения, необходимо обеспечить положительное закрепление пройденного материала.

Очень многое зависит от руководства гостиничного предприятия, а именно таких моментов, как отношение к кадровому составу, желание обучать и повышать профессиональный уровень кадров, стимулирующие и мотивационные мероприятия. Это может выражаться в следующих принципах: руководители должны быть готовы поделиться полномочиями и обязанностями; руководители должны доверять подчиненным; главное внимание должно уделяться обучению методам решения проблем путем их предотвращения; работа гостиничного предприятия должна рассматриваться как совместная деятельность руководства и рядовых работников; руководство гостиничного предприятия должно исходить из того, что каждый может иметь полезные идеи; руководство должно быть готово к реализации предложений рабочих согласно их практической целесообразности; руководство должно обеспечивать условия, способствующие воспитанию работников в духе преданности гостиничному предприятию; руководство должно признавать заслуги коллектива.

Благодаря соблюдению этих принципов гостиничное предприятие получает, как правило, следующие преимущества: возрастает уровень качества продукции и эффективность производства; повышается деловая активность; сами сотрудники способствуют налаживанию дел в гостиничном предприятии. При этом персонал гостиничного предприятия получает большие возможности для роста, ощущение причастности к общему делу, большее удовлетворение от своего труда; лучшую систему подготовки кадров, возможность профессионально-квалификационного продвижения, повышение гарантий занятости в результате роста эффективности гостиничного предприятия.

Список литературы

1. Барчуков И. С. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов М.: Кнорус, 2013. 166 с.
2. Ксенофонтов А. В. Методика оценки уровня профессионализма сотрудников и его влияния на качество обслуживания клиентов // Вестник Национальной академии туризма. 2013. № 1(25). С. 70-73.

УДК 379.85

Костромина К. А., магистрант;
Васина С. М.,
канд. ист. наук, зав. кафедрой сервиса и туризма,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ОТЕЛЕЙ И ХОСТЕЛОВ В ГОРОДЕ ЙОШКАР-ОЛЕ

Современный туризм немислим без развитого гостиничного хозяйства. В статье автором предпринята попытка изучения малых форм гостиничной инфраструктуры города Йошкар-Олы. Малые отели и хостелы как основа бюджетного проживания в столице Республики Марий Эл имеют свои особенности и направленность.

Ключевые слова: малый отель, хостел, особенности.

TRENDS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF SMALL HOTELS AND HOSTELS IN YOSHKAR-OLA

Modern tourism is unthinkable without a developed hospitality industry. In this article the author attempts to investigate the small forms of hotel infrastructure of the city of

Yoshkar-Ola. Small hotels and hostels as a basis for budget accommodation in the capital of the Republic of Mari El have their own characteristics and focus.

Keywords: small hotel, hostel, features.

Туризм в начале 21 века стал одним из ведущих направлений социально-экономической деятельности большинства государств, а туристическая индустрия – неотъемлемым элементом потребительских моделей и социального поведения значительной части населения. Важное место в указанной сфере занимает гостиничная отрасль. Тенденцией последних лет как в России, так и во всем мире становится открытие малых средств размещения, где больше возможностей индивидуального подхода к обслуживанию гостей.

Согласно новому стандарту, к малым средствам размещения относятся малая гостиница, малый отель, мини-гостиница и мини-отель, то есть помещения, оборудованные для предоставления услуг размещения с номерным фондом не более 50 номеров [1].

В последние годы в Республике Марий Эл значительное внимание уделяется развитию туризма и туристской инфраструктуры. Особенно это видно в столице республики г. Йошкар-Ола. Сегодня благодаря проведению комплексных программ, направленных на социально-экономическое развитие городского округа «город Йошкар-Ола», заметно повысилась туристическая привлекательность города, а следовательно, и активно стал развиваться гостиничный бизнес. По данным рейтинга регионов ПФО по развитию гостиничного бизнеса, прирост потока туристов в городе Йошкар-Оле за 2013 год составил 30% [2].

По состоянию на 1 октября 2015 года в городе Йошкар-Ола зарегистрировано пять малых отелей, четыре хостела, два гостевых дома и более 10 апартаментов [3].

Все отели в основном находятся в отдельных зданиях, расположенных недалеко от центра города. Отличительную особенность имеет отель-бутик «Stone», так как его расположение при культурно-развлекательном центре «Stone» позволяет повысить загрузку номерного фонда за счет сдачи номеров в период проведения массовых мероприятий (в выходные дни).

В городе Йошкар-Оле появляется все больше бюджетных средств размещения, которые готовы принимать не только командировочных служащих и бизнесменов, а также гостей, приехавших ознакомиться с достопримечательностями. Малые гостиницы и хостелы в экономическом плане менее зависимы от изменения конъюнктуры рынка гостиничных услуг и имеют возможность быстрой ценовой переориентации.

Таким образом, малые отели и хостелы являются одними из основных ключевых элементов гостиничной индустрии.

Список литературы

1. Национальный стандарт РФ «Услуги малых средств размещения. Общие требования» от 8 декабря 2011 г. № 740-ст. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://docs.cntd.rudocument/gost-r-54606-2011> (дата обращения 24.10.2015).

2. О программе комплексного социально-экономического развития городского округа «Город Йошкар-Ола» на 2009-2016 годы [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://docs.pravo.ru/document/view/13470794/22215894/> (дата обращения 24.10.2015).

3. Трипадвизор, Туризм в Республике Марий Эл [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.tripadvisor.ru/Tourism-g2324066-Mari El Republic Volga District-Vacations.html](http://www.tripadvisor.ru/Tourism-g2324066-Mari_El_Republic_Volga_District-Vacations.html) (дата обращения 24.10.2015).

УДК 379.85

Костина Е. В., магистрант,
Охотина Н. М.,

канд. ист. наук, доцент кафедры сервиса и туризма,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РЫНКА ГОСТИНИЦ ДЕЛОВОГО НАЗНАЧЕНИЯ

В статье рассмотрен современный рынок гостиниц делового назначения и требования к ним. Проанализировано состояние делового туризма в городе Йошкар-Оле.

Ключевые слова: гостиница делового назначения, деловые люди, деловой туризм.

In the article the modern market of hotel business purpose and requirements. The state of business tourism in the city of Yoshkar-Ola.

Keywords: hotel business purposes, business people, business tourism.

Гостиницы делового назначения – гостиницы для туристов, основной целью и мотивом путешествия которых является профессиональная деятельность (бизнес, коммерция, встречи, совещания, симпозиумы, конференции, конгрессы, обмен опытом, обучение, профессиональные выставки, презентации продукции и т.п.) [1].

Начало развитию концепции «гостиницы делового назначения» было положено в США открытием в 1908 г. Элсвортом Стаглером гостиницы Buffalo Statler, предназначенной для обслуживания бизнесменов и коммерсантов [3]. В настоящее время эта концепция является одной из ведущих на рынке гостиничных услуг, что во многом объясняется особенностями сложившегося на гостиничное размещение спроса:

- свыше 50% совершаемых поездок составляют деловые;
- на поездки с целью отдыха и лечения приходится около 40%;
- поездки с остальными целями (поиски работы, посещение друзей и т.д.) составляют около 10% [1].

Важность деловых клиентов для гостиничных предприятий обусловлена рядом причин:

1. Деловые люди – участники конференций, симпозиумов, форумов, как правило, имеют большой достаток, в связи с чем они не только оплачивают свое проживание, но и активно пользуются дополнительными услугами: прачечной, бассейном, спортивными комплексами, казино, прокатом автомобилей и т.д. Кроме того, деловые люди часто размещаются в гостиницах с членами своих семей, которые не связаны с деловой программой, но активно участвуют в развлекательной. Все это в итоге значительно повышает доходы гостиниц [2].

2. Ориентация на обслуживание деловых людей позволяет гостиницам наиболее точно проводить предварительное бронирование мест, прогнозировать загрузку материальной базы.

3. Создаются прекрасные возможности для повторных приездов. В случае удовлетворения они обязательно поделятся информацией и порекомендуют эту гостиницу своим друзьям и знакомым, а также сами непременно воспользуются ее услугами еще раз.

4. Обслуживание деловых людей позволяет гостиницам увеличить загрузку в период межсезонья [2].

Для обслуживания деловых людей должны быть созданы соответствующие условия, в связи с чем к гостиницам делового назначения предъявляются следующие требования:

- месторасположение вблизи административных, общественных и других центров городов и поселений;
- преобладание в номерном фонде одноместных номеров;
- обязательная организация в номере наряду с зоной отдыха и сна рабочей зоны;
- наличие в номерном фонде номеров-апартаментов, необходимых для обслуживания в случаях размещения деловых людей с членами своих семей [4];

- наличие специальных помещений для проведения деловых мероприятий: конференц-залов (желательно различной вместимости), переговорных комнат, помещений для экспозиции и т.д.;

- наличие специального технического оборудования для синхронного перевода, всевозможных видов связи и оргтехники;

- наличие служб финансового обеспечения: отделений банков, пунктов обмена валюты и т.д. [4];

- оборудование стоянок и гаражей для транспортных средств и т.д.

По данным мониторинга деятельности туристических организаций республики, по состоянию на 1 января 2015 года на территории Республики Марий-Эл инфраструктура сферы туризма представлена 40 гостиницами и гостевыми домами [3]. В городе Йошкар-Оле 6 гостиниц можно считать гостиницами делового назначения. Большинство из них имеет хорошее месторасположение вблизи центра города и автодорог. Все гостиницы оснащены удобной парковкой, предоставляют множество дополнительных услуг как для работы (wi-fi, вызов такси, телефонная связь, круглосуточное обслуживание номеров, офисные услуги и т.д.), так и для отдыха (сауны, бани, бильярд, бар, ресторан и др).

В некоторых гостиницах Йошкар-Олы созданы все условия для проведения деловых мероприятий. Они имеют конференц-залы, в которых установлены проекторные экраны, флип-чарты, радиомикрофоны, мультимедийные проекторы, звукоусиливающая аппаратура. Ресторанные комплексы в отелях обеспечивают качественное и своевременное проведение фуршетов, банкетов и кофе-брейков [3].

Таким образом, в городе Йошкар-Оле есть гостиницы делового назначения. Во многих из них созданы условия для проведения конференций, существуют оборудованные новейшими технологиями конференц-залы. Гостиницы предоставляют множество дополнительных услуг для комфортной работы и отдыха своих гостей.

Список литературы

1. Бизнес-отели - гостиницы делового назначения [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://truport.ru/foo_page2/srxartu_1.html (дата обращения: 27.10.2015).

2. Гостиницы для деловых туристов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.catalog.horeca.ru/newspaper/hotel/37/> (дата обращения: 27.10.2015).

3. Доклад А.П.Пуртова «О развитии сферы туризма в Республике Марий Эл». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mari-el.gov.ru/komtur/Pages/texts.aspx> (дата обращения 26.10.2015).

4. Функциональное назначение гостиниц [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.vfmgiu-tourism.ru/sistema_uzpravleniya_turizmom_33/funkcionalnoe_naznachenie_gostinic_377/index.html (время обращения 26.10.2015).

Полухина А. Н.,
д-р экон. наук, профессор кафедры сервиса и туризма,
PoluhinaAN@volgatech.net;
Казанцева А. Е., магистрант,
Поволжский государственный технологический университет
г. Йошкар-Ола, Россия

ОРГАНИЗАЦИЯ СЛУЖБЫ ПИТАНИЯ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье определяется роль службы питания в гостиничной индустрии. Раскрывается значимость службы питания и ресторанного сервиса в гостиничном бизнесе.

Ключевые слова: гостиница, служба питания, ресторанный сервис.

THE ORGANIZATION OF THE FOOD SERVICE OF A HOTEL COMPANY

In this article the role of the food service in a hotel industry is defined. The significance of the food and restaurant service in the hotel business is revealed.

Keywords: the hotel, food service, restaurant service.

С точки зрения здравого смысла, о каком-либо гостеприимстве не может быть и речи без удовлетворения первичных потребностей человека – потребностей в питании, отдыхе и сне. В этой связи наиболее обоснованным и достаточно логичным является следующее определение гостиницы, которое дал С. И. Байлик: «Гостиница – это предприятие, предоставляющее людям, находящимся вне дома, комплекс услуг, важнейшими среди которых в равной степени являются услуга размещения и питания» [1, с. 11].

Подразделение службы питания представляет собой неотъемлемую часть гостиничного бизнеса. Гостиничные рестораны – это не только престиж и лицо гостиницы, но и основной источник прибыли (примерно 1/3 доходов гостиничного комплекса).

Ресторан при гостинице может быть отдельным предприятием общественного питания, но может представлять собой и одно из подразделений гостиничного комплекса. При этом независимо от того что ресторан не является самостоятельным юридическим лицом, оказывающим услуги общественного питания, к нему предъявляются все требования, установленные законодательством к предприятиям общественного питания [2, с. 166].

Ресторан представляет собой предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные винно-водочные, табачные и кондитерские изделия, с повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией отдыха. Особенностью объектов службы питания является высокая степень надежности, что обеспечивает престижность гостиничного хозяйства, организационно-профессиональный уровень руководства данного подразделения.

Специфика гостиничного ресторана в отличие от городского в том, что его работа тесно связана со всеми подразделениями гостиницы.

Ресторанный сервис – это самостоятельная социально-организационная сфера с динамикой культурно-экономических процессов, отражающих растущие потребности с учетом разнообразных индивидуальных вкусов в системе питания. Данный характер сервиса призван дополнить собой многочисленные компоненты в развитии туризма. К таким компонентам, требующим взаимодействия, следует отнести укрепление здоровья клиентов в единстве с культурой питания; сохранение устойчивого социального настроения, формирование эффективных направлений образа жизни, совершенствование стимулов к познанию видов питания в соответствии с затратами и результатами.

Ресторанный сервис воспроизводит отношение с ориентацией на сохранение мобильно-устойчивого состояния посетителей – туристов. Как правило, ресторанный сервис в гостинично-туристском комплексе подчинен трем важнейшим задачам:

- 1) предоставить сбалансированное питание;
- 2) привлечь туристов к использованию дополнительных ресторанных услуг (формирование новых потребностей);
- 3) предоставить услуги по организации банкетных мероприятий с реализацией законов исключительного гостеприимства [3, с. 47-53].

Список литературы

1. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание. К., 2002. 252 с.
2. Кабушкин Н. И., Бондаренко Г. А. Менеджмент гостиниц и ресторанов. Мн.: Новое знание, 2005. 310 с.
3. Мышьякова Н. М. Гостиничное дело: учебник. СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2013. 314 с.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ, ВОЗНИКАЮЩИЕ ПРИ ВЕДЕНИИ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

Автором предпринята попытка рассмотреть и проанализировать различные психологические проблемы, возникающие при ведении гостиничного хозяйства.

Ключевые слова: психологические проблемы, конфликты.

PSYCHOLOGICAL ISSUES ARISING AT HOUSEKEEPING

The author attempts to review and analyze the various psychological problems in the management of the hotel industry.

Keywords: psychological problems, conflicts.

Оказание услуг в сфере гостеприимства в отличие от продажи товаров имеет несколько специфических черт. Прежде всего, это неотделимость от источника и объекта услуги. Услуга оказывается одному человеку другим человеком или фирмой, которая представлена своим служащим. Поэтому в услуге гораздо больше, чем в товаре, содержания, связанного с коммуникацией, отношением и психологией [1, с. 302].

Услуга – это процесс, происходящий между клиентом и человеком или организацией, оказывающими услугу. Если покупатель не удовлетворен товаром, он может поменять его на другой или вернуть деньги; с услугой это невозможно [1, с. 303].

При ведении гостиничного хозяйства могут возникать различные психологические проблемы. Они могут быть различными, будь то конфликты, возникающие между сотрудниками гостиницы, либо между работниками гостиницы и администрацией, либо между сотрудниками и клиентами.

Очень многое зависит от гостиничного работника. Эта категория особая. Если он считает себя выше клиента, дерзит ему, не уважает, то может получиться конфликт. Если человеку не нравится в глубине души то, что он делает, то при любом самоконтроле от случая к случаю он будет срывать и срывать свое зло на клиенте. Главное – это клиент, а не производственный процесс.

Любые проблемы играют отрицательную роль в престиже гостиницы, потому что главная цель любой гостиницы заключается в том, что-

бы любой гость, даже очень привередливый, остался доволен гостиницей, обслуживанием, условиями проживания.

Список литературы

1. Сорокина А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: учебное пособие. Москва: ИНФРА-М, 2014. 350 с.

УДК 338.467

А. К. Гоибов, студент,
Поволжский государственный технологический университет,
Г. Йошкар-Ола, Россия

КАЧЕСТВО ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ: СТРУКТУРА И УПРАВЛЕНИЕ

В предоставлении гостиничных услуг важнейшую роль играет их качество. Качество обслуживания – это один из важнейших показателей эффективности функционирования гостиничного предприятия, объект анализа и управления гостиничным предприятием. Основой всей составляющей качества услуг является качество гостиничных услуг.

Ключевые слова: гостиница, качество, стандарт, управление.

QUALITY OF THE HOTEL SERVICES: STRUCTURE AND ADMINISTRATION

In the provision of services most important role is played by the quality of hotel services. Quality of service is one of the most important indicators of efficiency of functioning of the hotel enterprise, the object of analysis and management of hotel enterprise. The basis of all component all component of service quality is the quality of hotel services.

Keywords: hospitality, quality, standards, management.

Качество – это совокупность свойств и характеристик услуг, которые способны удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности потребителей. Качество влияет на решение клиентов воспользоваться услугами определенной гостиницы и выбрать тот или иной продукт на рынке. Качество гостиничных услуг и успешная его реализация находятся в прямо пропорциональной зависимости друг от друга, и поэтому ухудшение качества обслуживания может привести к потере клиентов.

Отели и гостиницы, которыми пользуется наибольшая часть общества, принято считать услугами высшего качества, независимо от их реальной цены, потому что гость выбирает отель или гостиницу, которые оптимально соответствуют его критериям качества.

Для поддержания высокого качества обслуживания ведущая идея управления качеством ориентирована на клиента и полностью удовлетворяет его требования и пожелания, независимо от усилий гостиничного предприятия.

Механизм управления гостиничными услугами должен направляться на выработку управленческих решений и осуществление комплекса управленческих действий по планированию, предоставлению и реализации гостиничных услуг.

Американские специалисты качество обслуживания рассматривают в качестве трех категорий: технического качества, функционального и социального качества. Под техническим качеством понимается соблюдение гостиницей стандартов материально-технической базы, т.е. архитектура, планирование здания, площадь гостиничного номера и его оснащение и т.д. Под функциональным качеством понимается способность персонала качественно выполнять свои профессиональные обязанности. Под социальным качеством понимаются позиции предприятия на рынке, определенные на основе мониторинга рынка среди клиентов на основе социологических исследований, проведенных независимыми экспертами.

Гостиничные услуги характеризуются следующими чертами: неосязаемостью, неразрывностью производства и потребления услуги, непостоянством качества и неспособностью услуг к хранению. Поскольку гостиничные услуги неосязаемы, то получение благ не осуществляется до их предоставления. Неосязаемость услуги не дает оценить качество до ее потребления, качество сравнимо только после получения выгоды.

Управление качеством услуг в гостиничном предприятии осуществляется в форме внешнего и внутреннего контроля. Внешний контроль осуществляется государственными органами власти, негосударственными организациями и потребителями на основе международных, национальных и региональных стандартов качества обслуживания.

Внутренний контроль осуществляется администрацией гостиницы и связан с управлением качеством организации, технологией, материально-техническим обеспечением и общим объемом комфорта.

Качество гостиничных услуг должно соответствовать установленным стандартам. Форма и содержание стандартов является критерием

качественного обслуживания. Для клиентов критерием оценки качества гостиничных услуг является степень удовлетворенности клиента, т.е. соответствие ожидаемого и полученного. Если клиенту понравилось обслуживание, то он повторно посетит эту гостиницу и порекомендует ее знакомым и друзьям, тем самым привлечет новых клиентов. Для осуществления обратной связи между гостиницей и клиентами гостиницы проводят опрос своих клиентов, позволяющие выявить как положительные, так и негативные моменты в работе гостиницы.

Эффективное управление качеством услуг в гостиницах предусматривает создание системы стратегического планирования, повышение качества услуг, системы контроля предлагаемых услуг и соблюдение норм и стандартов обслуживания.

Эффективное управление качеством в гостиницах должно учитывать:

- эффективные маркетинговые исследования;
- внедрение отраслевого стандарта обслуживания;
- разработку технологии производственных процессов;
- введение квалификационных требований к работникам;
- использование нормативов труда;
- вознаграждение и мотивацию труда;
- наличие нормативной культуры.

Расходы, идущие на повышение качества обслуживания, являются вкладом на перспективу, связанную с удержанием постоянных и привлечением новых клиентов. Однако привлечение нового клиента требует в пять раз больше затрат, чем удержание постоянного клиента путем предоставления качественных услуг, поскольку постоянный клиент не вызывает расходов на маркетинг, а наоборот, сам рекламирует гостиницу, если остался удовлетворен обслуживанием.

В системе управления качеством широкое распространение получили статистические методы, которые позволяют извлекать и представлять в сжатом виде существующую информацию о продукте и процессе его изготовления. Базой для этих методов может быть любая информация, которая отражает содержание наблюдений: опросы постояльцев гостиницы, показатели экономической и финансовой деятельности гостиницы, характеристики гостиничных услуг и технология их предоставления и т.д. В практической деятельности используются «семь инструментов качества», разработанные американскими и японскими учеными и специалистами, которые включают в себя диаграмму Парето, контрольные листы, методы расслоения, графики, причинно-следственная диаграммы Исикавы, гистограммы, контрольные карты.

Диаграмму Парето можно использовать для анализа причин отклонений фактических показателей работы гостиницы от стандартных значений. Считается, 80 % всех потерь вызвано небольшим числом причин, поэтому необходимо провести ранжирование этих причин по их потенциальным потерям и, соответственно, выработать меры по их устранению. Диаграмма Парето наглядно демонстрирует эффективность разработанных мероприятий по повышению качества.

Контрольные листки применяются при контроле по качественным и количественным признакам. Контрольный листок представляет собой бумажный бланк, на котором приводятся названия контролируемых показателей и фиксируются их значения, полученные в процессе контроля. Базой для этих листов могут служить опросы гостей гостиницы, посетителей ресторанов.

Для выявления причин разброса характеристик продукта используется метод расслоения (стратификации). Он заключается в разделении полученных характеристик в зависимости от различных факторов: качества исходного материала, методов работы и т.д. При этом определяется влияние этих факторов на характеристики продукта, что дает возможность принять меры для устранения разброса.

Графическое представление данных наблюдения в виде столбчатых и лентчатых графиков, круговых диаграмм, полигонов и т.п. является наиболее наглядным и удобным средством обобщения, которое во многих случаях позволяют сделать правильные выводы без дальнейшего углубленного анализа.

Гистограмма позволяет представить распределение определенных значений параметров качества по частоте повторения за определенный период времени.

Список литературы

1. Адлер Ю. П., Шеметова С. Е. Путь к системе экономики качества// Стандарты и качество. 2010. № 4.
2. Басовский Л. Е., Протасьев В. Б. Управление качеством. М.: ИНФА-М. 2008.
3. Баумгартен Л. В. Стандартизация и контроль качества гостиничных услуг: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования. М.: Издательский центр «Академия», 2013. 288 с.
4. Кобяк М. В. Стратегия управления качеством услуг на предприятиях гостиничного комплекса.

Охотина Н. М.,
канд. ист. наук, доцент кафедры сервиса и туризма,
OhotinaNM@volgatchechnet;
Ворончихина А. А., студентка,
Поволжский государственный технологический университет
г. Йошкар-Ола

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ГОСТИНИЦЫ (на примере гостевого дома «Сайвер»)

Авторами проведен анализ деятельности гостевого дома «Сайвер». Исследование выявило необходимость в повышении эффективности системы продвижения гостевого дома «Сайвер» путем разработки программы продвижения.

Ключевые слова: гостиница, гостиничная индустрия, гостевой дом, туризм, анализ услуг, реклама, продвижение.

DEVELOPMENT OF THE PROGRAM OF ADVANCE OF HOTEL (on the example of guest hous «Saiver»)

The authors analyzed the level of advancement of services of the example Guest house «Saiver». Based on the results of the analysis recommendations were made to promote the services of this hotel.

Keywords: hotel, hospitality industry, guest house, tourism, services, advertising, promotion.

Сегодня гостиничное предприятие предоставляет потребителям широкий спектр услуг, таких как проживание, питание, услуги транспорта, связи, развлечения, экскурсионное обслуживание, медицинскую поддержку, спортивные услуги, а также услуги салонов красоты и многое другое [1, с. 21]. 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. Поэтому справедливо выделить индустрию гостеприимства или гостиничный бизнес как крупнейшую комплексную составляющую индустрии туризма и рассматривать ее самостоятельно, в значительной степени сравнивая с единой индустрией туризма и гостеприимства [1, с. 59].

Независимо от причин все чаще гостиницы занимаются поиском клиента, а не клиент ищет себе номер. Такое бурное развитие сферы услуг и туризма в России в последнее десятилетие способствовало так же и формированию системы продвижения гостиничных услуг, в част-

ности, созданию рекламного рынка. В рыночных условиях предприятия гостиничного сервиса должны качественно удовлетворять потребности населения в услугах и при этом получать прибыль. Это возможно только при правильной маркетинговой, рекламной и PR-политике, которую реализует предприятие сервиса и туризма [3].

Масштабы PR-деятельности в гостиничном бизнесе в России по сравнению с другими странами гораздо меньше. Это в значительной мере обусловлено последствиями времен дефицитной экономики, когда продвижение имело ограниченное значение, не хватало всего, в том числе гостиничных услуг. Отсутствие продвижения делает невостребованным даже самые лучшие услуги. С одной стороны, руководство гостиничного комплекса заинтересовано в развитии и продвижении предприятия на рынке гостиничных услуг, а с другой – отсутствует материальная поддержка, механизм организационно-управленческого обеспечения условий для процветания и становления на рынке [2, с. 92].

Для того чтобы быть известным и оставаться конкурентоспособным предприятием на рынке мини-отелей в г. Йошкар-Оле, необходимо следовать нескольким правилам:

- 1) постоянное совершенствование предлагаемых услуг, поддержание их качества;
- 2) предоставление различных и интересных спецпредложений, всевозможные выгодные акции и бонусы при посещении гостевого дома;
- 3) проведение мониторинга рынка мини-отелей в Йошкар-Оле;
- 4) исходя из мониторинга постоянное повышение конкурентоспособности предприятия [2, с. 154].

Предметом изучения системы продвижения услуг стала деятельность гостевого дома «Сайвер». Исследование выявило необходимость в повышении эффективности системы продвижения гостевого дома «Сайвер» путем разработки программы продвижения.

Во-первых, совершенствование рекламной деятельности, включающей создание небольшого рекламного ролика о данном предприятии, который можно будет показывать как на местных каналах, так и разместить в Интернете на порталах, связанных с гостиничной сферой. В качестве наружной рекламы можно использовать одну вывеску на въезде в город, вторую – над входом в Гостевой дом «Сайвер».

Во-вторых, разработка веб-сайта. Самым эффективным способом раскрутки веб-сайта является создание большого количества ссылок на него с других сайтов, размещенных на платном или бесплатном хостинге. Эффективность ссылок с сайтов на платном хостинге выше, так как на таких сайтах размещено меньше обратных ссылок. Однако размеще-

ние своих вспомогательных сайтов на бесплатном хостинге, тем не менее, имеет большое значение. Любая гостиница нуждается в качественном и привлекательном интернет-ресурсе, на котором должны быть предоставлены информационный материал и контактная информация для сотрудников гостиницы и её посетителей, а также сервисное обслуживание, позволяющее забронировать номер, узнать цены и т.п.

Во-третьих, проведение акций, которые дают потенциальному гостю бонусы при приобретении номера. Например, при покупке номера в стиле «Япония» полагается набор суши в подарок. Также можно предоставлять скидки постоянным клиентам, тем самым это гарантирует положительные отзывы с их стороны.

Данная программа продвижения повысит узнаваемость гостиницы, а также увеличит конкурентоспособность гостевого дома «Сайвер» на рынке гостиничных услуг г. Йошкар-Олы.

Список литературы

1. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: учебник. М.: Юнити-Дана, 2007. 045 с.
2. Байлик С. И. Маркетинг гостиничного хозяйства. Проблемы, перспективы. Киев: ВИРА-Р, 2010. 287 с
3. Трофимова Е. О состоянии гостиничного бизнеса России // Турбизнес. № 34. С. 37-41.
4. Официальный сайт гостевого дома «Сайвер» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://hotel-saiver.ru/>. (дата обращения 11. 11. 15).

УДК 338.488.2

Охотина Н. М.,
канд. ист. наук, доцент кафедры сервиса и туризма,
OhotinaNM@volgatech.net;
Ведерникова Д. В., студентка,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ГОСТИНИЦЫ «АМАКС СИТИ ОТЕЛЬ»

Авторами проанализирован спектр услуг, предоставляемых гостиницей «Амакс Сити Отель». На основе проведенного анкетирования клиентов предложены рекомендации по совершенствованию системы дополнительных услуг данной гостиницы.

Ключевые слова: гостиница, гостиничная индустрия, дополнительные услуги, анализ деятельности.

IMPROVING THE SYSTEM OF ADDITIONAL SERVICES OF THE HOTEL «АМАКС СИТИ HOTEL»

The authors analyzed the range of services provided by the hotel «Amaks City Hotel». Based on the survey of clients proposed recommendations to improve the system of additional services of the hotel.

Keywords: hotel, hotel industry, additional services, analysis of the activity.

Сегодня индустрия гостеприимства – это мощнейшая система хозяйства региона или туристского центра и важная составляющая экономики туризма [1, с. 55]. Гостиничная индустрия как вид экономической деятельности включает в себя предоставление услуг, обеспечение питанием, организацию досуга и краткосрочного проживания в гостиницах, мотелях, кемпингах и в других средствах размещения за вознаграждение [2, с. 69]. Издавна гостиничное дело и туризм как две области общественной жизни были неразрывно связаны между собой. Постоянно мы становимся свидетелями того, как туризм влияет на развитие гостиничного дела и, наоборот, как от уровня гостиничного дела зависит развитие туризма [2, с. 93]. Деление гостиниц города Йошкар-Олы происходит на крупных игроков, имеющих относительно большие номерные фонды, а также небольших участников рынка гостеприимства. Предметом изучения системы дополнительных услуг стала деятельность гостиницы «Амакс Сити Отель».

Стоит отметить, что одной из главных составляющих гостиницы «Амакс Сити Отель» являются услуги, которые представлены следующим образом: бизнес-центр, room-сервис, VIP-сервис, аренда конференц-залов и оборудования, организация бизнес-мероприятий, бассейн, бесплатный Wi-Fi, бронирование авиа- и ж/д билетов, визовая поддержка, гладильная комната, заказ билетов в театр, кино, заказ такси, камера хранения, мини-бар, ночной клуб, организация торжественных мероприятий (банкетов), охраняемая парковка, прачечная, сауна, стоматологический кабинет, сувенирный киоск, трансфер [3]. Выбор дополнительных услуг довольно широк, однако проведенный социологический опрос путем анкетирования клиентов выявил необходимость во внедрении нескольких новых услуг. Было опрошено 35 человек, из них 55 % составляли женщины, 45 % – мужчины, 40 % респондентов приехали с деловой целью, 15 % – с туристической, остальные по другим причинам.

Анкетирование выявило необходимость внедрения следующих услуг.

Во-первых, необходима такая услуга как размещение с животными. Все больше гостей переживают за своих питомцев, оставленных дома, и хотели бы брать их с собой в поездку. Для внедрения такой услуги необходима закупка спальных мест для животных, игрушек, корма, тарелочек для еды и воды, а также средств по уходу за животными. Также необходимо заключить договор с одной из ближайших ветеринарных клиник, например «Багира», чтобы в случае необходимости обратиться за помощью.

Во-вторых, социологический опрос выявил необходимость расширения бытовых услуг, таких как парикмахерская, ремонт и чистка обуви. Для реализации этого нововведения необходим ремонт в одном из пустых помещений гостиницы под парикмахерскую, закупка специализированного оборудования и найм персонала. Чистка обуви может проходить непосредственно в гостинице с предоставлением всех необходимых средств. Для ремонта обуви необходимо заключение договора с мастерской по ремонту обуви, чтобы работа была завершена в течение пары часов (по необходимости больше или меньше).

В-третьих, выявлена необходимость в такой услуге как организация экскурсий по городу и республике. Для реализации данной рекомендации необходимо сотрудничество с одним из музеев города, которые предоставляют экскурсионные услуги по городу и в целом по республике и смогут организовать не только групповые, но и индивидуальные экскурсии с личным гидом. Также необходима покупка микроавтобуса для удобного перемещения гостей во время экскурсии.

Подводя итог проведенного исследования можно сделать вывод о том, что мероприятия по совершенствованию системы дополнительных услуг позволят расширить клиентскую базу и в целом увеличить конкурентоспособность гостиницы «Амакс Сити Отель» на рынке гостиничных услуг г. Йошкар-Олы.

Список литературы

1. Волков Ю. Ф. Гостиничный и туристский бизнес. Ростов н/Д.: Феникс, 2008. 637с.
2. Линн ван дер Ваген. Гостиничный бизнес. Ростов н/Д.: Феникс, 2001. 416 с.
3. Официальный сайт гостиницы «Амакс Сити Отель» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://yoshkar-ola.amaks-hotels.ru/> (дата обращения 05.11.15).

Бурнашев К. Э.,
канд. филос. наук, доцент,
BumashevKE@volgatech.net;
Фролова Ю. Н., студентка,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ КАЧЕСТВА УСЛУГ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ КАФЕ «ГОНГ»

Авторами проанализирован спектр услуг, предоставляемых ООО «Гонг» в г. Звенигово. На основе проведенного анкетирования клиентов предложены рекомендации по разработке мероприятий по повышению качества услуг данного кафе.

Ключевые слова: кафе, общественное питание, качество услуг, повышение качества.

DEVELOPMENT OF MEASURES TO IMPROVE SERVICE QUALITY CAFE «GONG»

The authors analyzed the spectrum of services provided by the cafe «Gong» Based on the survey of clients recommendations on the development of measures to improve services of the cafe.

Keywords: cafe, food, quality of service quality improvement.

Общественное питание – это сфера оказания услуг. Основной деятельностью предприятий общественного питания является приготовление продукции, реализация блюд, напитков и организация отдыха, развлечений. Бизнес на предприятии общественного питания будет успешным, если он нацелен на удовлетворение желаний гостей в продукции и услугах. Ресторатор и коллектив в целом должны быть заинтересованы в создании условий для увеличения посещаемости кафе-ресторана. Важно понимать: сегодня ресторанный бизнес требует профессионализма. Ресторанный бизнес структурируется, появились работающие только на ресторанном рынке дизайнеры, поставщики оборудования, продуктов питания и напитков. С другой стороны, ужесточился контроль со стороны государственных органов, а также усилилась конкуренция среди предприятий общественного питания всех классов, появились новые критерии качества оказываемых услуг [3, с. 140]. Предметом

изучения мероприятий по повышению качества услуг стала деятельность кафе «Гонг».

Проведенный социологический опрос путем анкетирования посетителей выявил необходимость разработки и дальнейшего внедрения мероприятий по повышению услуг в ООО «Гонг». Было опрошено 25 человек, из них 40 % составляли женщины, 60 % – мужчины, 55 % респондентов посещают кафе только в обеденный перерыв, 45 % – с целью проведения свободного времени, отдыха и праздников, а также поминок.

Проводилось исследование, направленное на улучшение качества оказываемых услуг в кафе. Результаты исследований позволили выявить пять агрегированных критериев, на основе которых клиенты судят о качестве получаемых услуг. Выделенные параметры являются достаточно общими и призваны очертить базовую схему формирования ожиданий потребителя, 32 % опрошенных выделили надежность: способность выполнять обещанный набор услуг, возможность положиться на кафе; 22 % – отзывчивость: готовность сотрудничать с клиентом, быстроту решения возникающих проблем; 19 % – взаимопонимание: знания и умения сотрудников, направленные на установление взаимного доверия и понимания с клиентами; 16 % – индивидуальный подход: подход к каждому клиенту на основе его личных потребностей; 11 % – осязаемость: физическое окружение процесса оказания услуги, выражающееся в техническом оснащении кафе, персонале и информационных материалах.

Достижение качества – это не вопрос использования особого метода или технических средств; оно требует изменения в философии менеджмента и культуре организации. Даже лучшие предприятия общественного питания не застрахованы от неудач в предоставлении услуг. Большинство клиентов это простят, если менеджеры кафе быстро решат проблему [2, с. 201]. Важной ответственной задачей для кафе является создание репутации предприятия высокого качества обслуживания. Высокое качество обслуживания гостей обеспечивается коллективными усилиями работников всех служб кафе, постоянным и эффективным контролем со стороны администрации, проведением работы по совершенствованию форм и методов обслуживания, изучению и внедрению передового опыта, новой техники и технологии, расширению ассортимента и совершенствованию качества предоставляемых услуг [1, с. 67].

На примере кафе «Гонг» предложены мероприятия по улучшению качества оказываемых услуг в кафе. На основе анализа ситуации, в котором находится кафе, можно выработать комплексный план мероприятий, учитывающий следующие направления: маркетинг, финансы, личное развитие руководителя и/или управляющего заведением, а именно:

1) дифференцирование цен, которое позволяет уменьшить спрос в пиковые периоды (скидки на питание в «неурочное время»);

2) увеличение спроса в непопулярное время (специальные программы по привлечению клиентов в непопулярное время);

3) внедрение системы предварительных заказов (бронирование столиков);

4) внедрение программ лояльности, когда информация о клиентах сохраняется в базе данных, а клиентам это дает определенную скидку (внедрение CRM системы, внедрение программ-бонусов при будущих посещениях, карточек постоянного клиента);

5) проведение различных консалтинговых проектов, которые по ситуации клиента дает конкретные замечания и рекомендации, к которым необходимо прислушиваться для привлечения клиентов в кафе.

В результате проведенного исследования можно сделать вывод о том, что внедрение предложенных мероприятий, возможно, позволит расширить сферу деятельности кафе «Гонг», повысить качество его услуг и в целом увеличить его конкурентоспособность.

Список литературы

1. Ефимова Н. Е. Гостиницы и рестораны: учебное пособие. СПб.: Арка, 2012. 158 с.

2. Ляпцекский А. П. Управление качеством продукции. М.: МГУ, 2004. 209 с.

3. Курганская Н. И. Планирование и анализ производственной деятельности предприятия: учебное пособие. Ростов н/Д.: Феникс, 2008. 311с.

УДК 642.5

Слободина Д. С., студентка;

Зюляев Н. А.,

канд. экон. наук, доцент кафедры сервиса и туризма;

Поволжский государственный технологический университет;

г. Йошкар-Ола, Россия

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (на примере ресторана «Ариада» в г. Волжске)

Успех предприятий ресторанного бизнеса определяется ассортиментом продукции, качеством предоставляемых услуг. Необходимым условием является наличие квалифицированного персонала и создание системы мотивации, ориентиро-

ванной на повышение качества и культуры обслуживания на предприятиях общественного питания.

Ключевые слова: ресторан, индустрия питания, культура обслуживания, система мотивации персонала.

IMPROVEMENT OF SYSTEM OF SERVICE OF CONSUMERS (on the example of «Ariadra» restaurant in the city Volzhsk)

The success of the restaurant business enterprises determined range of products, quality services. A prerequisite is the staff and the creation of incentive system focused on improving the quality and culture of service to the food service.

Keywords: restaurant, food industry, service culture, the system of motivation.

На сегодняшний день индустрия питания развивается быстрыми темпами. Система предприятий развития общественного питания отражает степень экономического развития той или иной страны или региона [1, с. 40].

Наряду с размещением системообразующими в туризме выступают услуги питания, с помощью которых удовлетворяется физиологическая потребность туристов в пище. Для туристской индустрии характерны такие типы предприятий питания, как ресторан, кафе, бар [2, с. 33].

Тип предприятия общественного питания определяется многими факторами: особенностями обслуживания, ассортиментом реализуемой продукции и номенклатурой предоставляемых потребителю услуг. Огромную роль в индустрии питания играют техническая оснащенность, методы обслуживания, квалификация персонала и качество обслуживания.

Любое предприятие общественного питания отличается качеством предоставляемых услуг, уровнем и условиями обслуживания [1, с. 41].

Заметную роль в организации отдыха населения города Волжска играют несколько предприятий общественного питания. Предметом изучения системы обслуживания стала деятельность ресторана «Ариада».

Организация обслуживания в ресторане состоит из нескольких элементов: встреча посетителей, их размещение, прием и оформление заказов, передача заказов на буфет и их получение, передача заказов на производство, получение и подача заказов посетителю, расчет и уборка столика [3, с. 3].

Чтобы узнать об уровне удовлетворенности клиентов обслуживанием в данном ресторане, провели анкетирование. Оно позволило выявить наиболее проблемные моменты и пожелания клиентов в организации обслуживания.

Клиенты высказали неудовлетворенность слишком долгим обслуживанием, неприветливостью персонала, неполной осведомленностью официантов блюдами меню, а также случаями отсутствия блюда из меню.

Гости хотели бы, чтобы в ресторане повысилась скорость обслуживания клиентов и уборка грязной посуды, были безукоризненная чистота стола, быстрая подача счета, вежливый персонал, обладающий профессионализмом.

Многие недостатки в уровне обслуживания обусловлены тем, что основной контингент обслуживающего персонала – это молодые люди, у которых нет интереса к своей профессиональной деятельности и опыта работы.

Чтобы решить эту проблему, нужна новая система мотивации, ориентированная на повышение качества и культуры обслуживания. Необходимо заинтересовывать, поощрять, выделять средства на повышение профессионализма и мастерства персонала. Это позволит улучшить качество и быстроту обслуживания в ресторане «Ариада».

Также нужно продумать и предоставить сотрудникам доступное описание блюд, представленных в меню. Желательно проводить работу руководителя с персоналом с целью приобщения сотрудника к коллективу, создания благоприятной трудовой обстановки.

Обслуживание улучшится, когда сотрудники ресторана будут стараться понимать требования и желания клиентов, уважать гостей и своих коллег, хорошо принимать сообщения клиентов, настраиваться на клиентов, понимать, что их профессия – престижная.

Мероприятия по повышению профессионального уровня работников и по совершенствованию обслуживания потребителей непременно приведут к увеличению числа посетителей ресторана и улучшат его финансово-экономические показатели.

Список литературы

1. Елканова, Д. И., Осипова, Д. А. Основы индустрии гостеприимства. М.: «Дашков и К^о», 2010. 248с.
2. Лойко О. Т. Туризм и гостиничное хозяйство: учебное пособие. Томск: Издательство ТПУ, 2005. 152 с.
3. Оробейко, Е. С., Шредер, Н. Г. Организация обслуживания: рестораны и бары: учебное пособие. М.: Альфа-М; ИНФРА- М, 2006. 340 с.

Мамаева О. Б.,
канд. филос. наук, доцент кафедры сервиса и туризма,
MamaevaOB@volgatch.net;
Владимирова Н. С., студентка;
Поволжский государственный технологический университет
г. Йошкар-Ола, Россия

**КАЧЕСТВО СЕРВИСА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ
ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ
(на примере ООО «Имба»)**

Авторами проанализирован спектр услуг, предоставляемых кафе «Имба». В ходе проведенного анкетирования гостей были предложены рекомендации по совершенствованию качества услуг данного кафе.

Ключевые слова: кафе, услуга, качество, анализ деятельности, совершенствование.

**THE QUALITY OF SERVICE AS THE FACTOR OF FORMATION
OF IMAGE OF THE ORGANIZATION CATERING
(on the example LTD. «Hut»)**

The authors analyzed the spectrum of services provided by the cafe «cottage» In the course of questioning guests were offered recommendations for improving the service quality of the coffee shop.

Keywords: cafe, service, quality, activity analysis, improvement.

Сегодня общественное питание – самостоятельная отрасль экономики, состоящая из предприятий различных форм собственности и организационно-управленческой структуры, организующая питание населения, а также производство и реализацию готовой продукции и полуфабрикатов как на предприятии общественного питания, так и вне его с возможностью оказания широкого перечня услуг по организации досуга и других дополнительных услуг [1]. В условиях рыночной экономики проблема качества сервиса является важнейшим фактором повышения уровня жизни, экономической, социальной и экологической безопасности. Качество – комплексное понятие, характеризующее эффективность всех сторон деятельности: разработку стратегии, организацию производства, маркетинг и др. Важнейшей составляющей всей системы качества в общественном питании является качество пищи и обслуживания [2, с. 50]. Деление кафе города Йошкар-Олы происходит на

крупных игроков, которые имеют хороший имидж. Предметом изучения качества сервиса как фактора формирования имиджа стала деятельность кафе «Изба».

Одной из главных составляющих кафе «Изба» являются услуги, которые представлены в следующем образом: веранда, избушки, где проводят свадьбы, юбилеи, дни рождения или просто гости отдыхают [3]. Обслуживание гостей и имидж данного кафе хорошие, однако проведенный социологический опрос путем анкетирования гостей выявил необходимость внедрения нескольких программ. Было опрошено 30 человек, из них 60 % составляли женщины, 40 % – мужчины. 35 % респондентов приехали отдыхать в данное кафе, 10 % – пообедать, поужинать, остальные – по другим причинам.

Анкетирование выявило необходимость внедрения следующих программ:

1) совершенствование квалификации обслуживающего персонала за счет проведения семинаров, тренингов, обучающих программ, курсов повышения квалификации для повышения уровня сервиса;

2) размещение рекламы с целью привлечения целевой аудитории. На данном этапе работы политика кафе «Изба» не предполагает размещения рекламы на платной основе. Предлагаем разместить рекламу на радио, дабы охватить как можно больший процент целевой аудитории. Хотя реклама на радио – один из самых дорогостоящих видов рекламы, но результат всегда оправдан и, как правило, цель, которую желают достичь с помощью данной рекламы, бывает достигнута. Также сейчас, в условиях финансового кризиса, рекламные компании предлагают различные антикризисные программы, среди которых можно выбрать наиболее выгодный для данного заведения вариант;

3) создание клиентской базы кафе «Изба» для совершенствования обслуживания постоянных гостей, а именно знания их предпочтений, особенностей заказа, любимых блюд.

Мероприятия по качеству сервиса как фактор формирования имиджа организации позволят расширить клиентскую базу и в целом повысить конкурентоспособность кафе «Изба» на рынке общественного питания г. Йошкар-Олы.

Список литературы

1. Агамирова, Е. Управление персоналом в туризме и гостинично-ресторанном бизнесе. 2001.
2. Алепина, И. Корпоративный имидж // Маркетинг. 1998. № 1. С. 50-53.
3. Официальный сайт кафе «Изба» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://entercity.ru/org/izba> (дата обращения 07.11.15).

Мамаева О. Б.,
канд. филос. наук, доцент кафедры сервиса и туризма,
МамаеваОВ@volgatch.net;
Весёлкина О. С., студентка,
Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ (на примере кафе-бара «Калипсо» в г. Козьмодемьянске)

Автором проанализирован уровень обслуживания, предоставляемого кафе-баром «Калипсо». На основе проведенного анкетирования клиентов предложены пути совершенствования обслуживания клиентов данного кафе-бара.

Ключевые слова: общественное питание, гастрономия, обслуживание, кафе.

WAYS OF IMPROVING CUSTOMER SERVICE IN CATERING (on the example cafe-bar «Calipso» in the city Kozmodemyansk)

The authors analyzed the level of service provided by the cafe-bar «Calipso». Based on customer survey suggested ways to improve the customer service of the cafe-bar.

Keywords: catering, gastronomy, service, cafe-bar.

Питание – естественная потребность любого человека. В туризме питание рассматривают и как важный элемент развлечения и познания местной культуры, в частности гастрономии. Национальная кухня – элемент культуры народа. Она имеет четкие отличительные признаки, является элементом познания и средством удовлетворения.

Рассматривая современный туризм как одну из форм предпринимательской деятельности, мы не можем обойти индустрию питания. Общественное питание – важная неотъемлемая часть индустрии туризма. Систему общественного питания образуют рестораны различного класса, бары, кафе и столовые, пункты быстрого приготовления пищи и самообслуживание [2, с. 284].

Предметом изучения обслуживания клиентов стало кафе-бар «Калипсо» (ООО «Алекса») в г. Козьмодемьянске.

Общественное питание по массовости обслуживания населения уступает только торговле. Ежегодно его услугами пользуются более трети населения. Доля общественного питания в расходах населения на питание составляет около 15 % у горожан и 5-8% у сельчан [3, с. 36].

Составляющими кафе-бара «Калипсо» являются зал на 60-70 человек, две беседки, каждая из которых вмещает до 10 человек. В кафе проводят свадьбы, юбилеи, поминки и всевозможные корпоративы. Уровень обслуживания находится на среднем уровне [1]. В результате проведенного анкетирования было опрошено 30 человек, из них 60 % составляли женщины, 40 % – мужчины. 35 % опрошенных были недовольны обслуживанием, 30 % удовлетворены, остальные 35 % затруднились ответить.

Анкетирование выявило необходимость внедрения следующих услуг.

а) увеличение количества персонала, а именно количества официантов;

б) повышение квалификации персонала за счет предприятия;

в) создание собственного сайта кафе-бара «Калипсо» или групп в социальных сетях, таких как «Вконтакте» и «Одноклассники», где будет размещена вся информация о кафе: режим работы, меню, расписание проведения мероприятий, номер телефона, чтобы появилась возможность бронирования столиков, заказа блюд к определенному времени и т.п.

Список литературы

1. Кафе «Калипсо» Козьмодемьянск [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://traveltipz.ru/trips/restaurants/id/44970_otzyvy-kalipso-kozmodemyansk-russia (дата обращения 14.11.2015).

2. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм / Пер. с англ. под ред. Р. Б. Ноздревой. М.: ЮНИТИ, 2009. 618 с.

3. Маслов Е. В. Как клиенты выбирают ресторан // Ресторатор. 2009. № 7. 61 с.

УДК 642.5

Слободина Д. С., студентка;

Зюляев Н. А.,

канд. экон. наук, доцент кафедры сервиса и туризма,
zulyaevna@volgatech.net;

Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕХНИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ СТОЛОВОЙ «ИСКОЖСЕРВИС» КАК ФАКТОР УЛУЧШЕНИЯ УСЛУГ ПИТАНИЯ

В статье проанализирована сфера общественного питания. Выявлены проблемы в сфере технического оборудования столовых, а именно столовой «ИскожСер-

вис». На основе проведенного анкетирования сотрудников освещены основные пути решения данной проблемы.

Ключевые слова: общественное питание, столовая

IMPROVING THE TECHNICAL CONDITION OF THE DINING ROOM «ISKOZH SERVICE» AS A FACTOR IN IMPROVING THE SUPPLY OF SERVICES

The authors analyzed the scope of the catering. The problems in the field of technical equipment of kitchens, dining namely «Iskozhservis». On the basis of the survey of employees covered basic ways to solve this problem.

Keywords: catering, dining room

В современном динамично развивающемся мире важную роль играет система общественного питания. Питание человека является одним из факторов, влияющих на его здоровье и работоспособность. Общественное питание представляет собой отрасль народного хозяйствования, основу которого составляют предприятия, предоставляющие услуги питания широкому кругу потребителей. Сфера общественного питания представлена ресторанами, кафе, барами, столовыми, пиццериями, кофейнями, кулинарными и кондитерскими цехами, пельменными, блинными и различными типами «фаст-фудов» [1, с. 93].

В России данная сфера постоянно развивается и совершенствуется, что проявляется в росте оборота предприятий питания во всех субъектах Российской Федерации. Не исключением является Республика Марий Эл, в которой, по данным Федеральной службы государственной статистики по Республике Марий Эл, оборот предприятий общественного питания с 2012 года по 2014 год вырос на 649,7 млн рублей, [2]. Совершенствование и развитие общественного питания чаще всего касается ресторанов и кафе. Но в гонке такого совершенствования все чаще забывают о столовых. Столовые как часть общественного питания реализуют свою деятельность на базе школ, предприятий. Они также обеспечивают население горячим питанием, но все чаще про их совершенствование забывают.

Одним из таких предприятий можно назвать столовую при заводе «ИскожСервис», работающую с 1961 года и обслуживающую как работников завода, так и жителей города. Проведенный социологический опрос путем анкетирования 11 работников столовой выявил необходимость замены некоторого оборудования в столовой. Следует отметить, что в течение последних 20 лет материально-техническая база и технологическое оборудование практически не обновлялось.

Как отмечают сотрудники, износ технологического оборудования столовой влияет на качество изготавливаемых продуктов, скорость приготовления и, как следствие, на самого потребителя. Если главный объект общественного питания – человек, то главная задача – максимальное удовлетворение потребностей человека в пище, поскольку оно прямо влияет на самочувствие, работоспособность и продолжительность жизни. Поэтому в качестве рекомендаций развития столовой можно назвать закупку нового технического оборудования.

Закупка пароконвектомата стоимостью 150000 рублей существенно не только облегчила бы работу сотрудникам, но позволила бы:

- сократить время приготовления блюд;
- уменьшить нагрузку на поваров;
- улучшить качество приготовляемой пищи;
- разнообразить меню;
- использовать различные режимы в приготовлении (на пару, конвекция с паром, разогрев) отдельных блюд.

Таким образом, индустрия общественного питания представлена разнообразными предприятиями. Необходимо совершенствовать деятельность столовых, являющихся для людей общедоступными предприятиями общественного питания.

Список литературы

1. Аванесова Г. А. Сервисная деятельность: историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. М.: Аспект пресс, 2005. 318 с.
2. Маристат [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://maristat.gks.ru/wps/wcm/connect/frosstat_ts/maristat/ru/ (дата обращения: 3.10.2015).ь

УДК 338.467.6

Ботнареску А. Г., магистрант,
Северный (Арктический) федеральный университет
имени М. В. Ломоносова,
г. Архангельск, Россия

ГАСТРОНОМИЯ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье рассмотрена гастрономия как особое направление этнокультурного познавательного туризма. Автор утверждает, что кулинарный туризм обладает потенциалом, способным увеличить привлекательность туристского продукта и дестинации в целом. Автором изучен потенциал этногастрономических ресурсов Архангельской области.

Ключевые слова: гастрономический туризм, кулинарный туризм, гастрономия, развитие туризма.

GASTRONOMY AS A PERSPECTIVE DIRECTION OF TOURISM DEVELOPMENT IN ARKHANGELSK REGION

The article reveals gastronomy as a unique direction of ethno-cultural informative tourism. The author affirms that culinary tourism has a potential and can increase attractiveness of tourist product and destination on the whole. The author has studied the potential of ethno-gastro resources of Arkhangelsk region.

Keywords: gastronomic tourism, culinary tourism, gastronomy, tourism development.

Гастрономический туризм предоставляет широкие возможности для продвижения определенных направлений и территорий, в особенности при условии осведомленности туриста о национальной кухне выбранного маршрута посещения. В настоящее время растет количество путешественников, интересующихся местной кухней, которые странствуют с целью познакомиться с локальными блюдами и особенностями их приготовления. Питание является обязательной составляющей любого турпродукта, а местная гастрономия – неотъемлемая часть «культурного пакета» региона как архитектура, музеи, промыслы.

Гастрономия означает понимание тонкостей кулинарного искусства. По мнению ряда исследователей, термин «кулинарный туризм» появился в 1998 году и обозначает путешествия с целью познания культуры определенной дестинации через пищу [12, 13]. Уникальная рецептура, способы приготовления, ингредиенты, сервировка стола, подача блюда, привязанные к какому-либо событию, личности, истории или легенде, образуют традицию в местной гастрономии и являются частью культурного наследия региона. Фотографии блюд, рассказы, «вкусные сувениры» и рецепты – мощное средство продвижения турпродукта в среде целевой аудитории, в том числе с использованием интернет-пользователями социальных сетей и иных ресурсов. Обладая концепцией гастрономического бренда, регион имеет преимущество в конкурентной борьбе дестинаций [5].

Гастрономический тур как услуга – это нечто большее, чем просто путешествие, поскольку он является хорошо продуманным комплексом мероприятий для дегустации традиционных в определенной местности блюд, а также отдельных ингредиентов, не встречающихся больше нигде в мире, имеющих особый вкус. Понятно, что в первую очередь кулинарный туризм интересен истинным гурманам, для которых хорошее блюдо – что-

то большее, чем просто еда. Гастрономические путешествия привлекают людей, чей бизнес непосредственно связан с приготовлением и употреблением пищи: рестораторы, сомелье, дегустаторы, ресторанные критики. Эти люди отправляются в гастротур, чтобы повысить уровень профессиональных знаний, почерпнуть новое и набраться опыта. Программы многих гастрономических путешествий предусматривают мастер-классы от лучших шеф-поваров, которые с удовольствием делятся секретами приготовления того или иного блюда. И наконец, также преследуя профессиональные цели, отправляются в кулинарные путешествия представители туристских компаний, стремящихся расширить свой бизнес и начать продавать гастрономические туры.

Важно подчеркнуть, что гастрономический компонент играет значимую роль не только в гастрономическом туризме. Он является важным для различных типов путешественников. Гастрономические туристы являются лишь небольшим сегментом целевой аудитории, на которую ориентировано использование гастрономического компонента в туристической деятельности дестинации. Для многих туристов гастрономия может не являться первичным мотивом к путешествию, однако яркое гастрономическое предложение будет оказывать влияние на их выбор в пользу того или иного направления [4, с. 112]. Зарубежные исследователи выделяют четыре типа туристов с точки зрения гастрономических предпочтений [12, с. 357]:

1. Экзистенциальный гастрономический турист (*existential gastronomy tourist*) находится в поиске гастрономических впечатлений с целью приобрести знания о местной и региональной кухне и культуре. Он избегает известных модных ресторанов и предпочитает посещать фермы и винодельни, участвовать в кулинарных мастер-классах.

2. Экспериментирующий гастрономический турист (*experimental gastronomy tourist*) находится в поиске дизайнерских кафе и ресторанов, в которых подают инновационные блюда.

3. Отдыхающий гастрономический турист (*recreational gastronomy tourist*) находится в поиске знакомых продуктов и напитков. Это более консервативный тип путешественников, который часто питается самостоятельно и избегает роскошных ресторанов, поскольку гастрономия для него не играет важной роли во время путешествия.

4. Гастрономический турист, сбегающий от рутины (*diversionary gastronomy tourist*), во время путешествия желает отвлечься от обыденной жизни, покупок и приготовления пищи для всей семьи. Данный тип туриста предпочитает незамысловатые сетевые рестораны, где делается упор не на качество, а на количество еды.

Предложенная классификация позволяет получить целостную картину предпочтений туристов в отношении потребления пищи во время путешествия.

Стоит отметить, что гастрономический этнотуризм, приобретающий все большую популярность, стал одной из форм этнического туризма. Цель гастрономических туров – насладиться особенностями кухни страны или народа. При этом важно насладиться местной рецептурой, которая веками вбирала в себя традиции и обычаи местных жителей, их культуру приготовления пищи. Гастрономическое путешествие – палитра, с помощью которой турист может нарисовать свое представление о той или иной стране [8]. Еда приоткрывает тайну духа народа, помогает понять его менталитет. Таким образом, гастрономический туризм – это путешествие по странам и континентам для знакомства с особенностями местной кухни, кулинарными традициями, с целью отведать уникальные для приезжего человека блюдо или продукт [2, с. 187-188].

Концепция гастрономической идентичности может выступать в качестве эффективного инструмента продвижения региона на рынке внутреннего и въездного туризма. В регионах, обладающих высоким уровнем исследования гастрономической культуры и имеющих необходимый набор ресурсов, может получить развитие гастрономический туризм. Это особая форма познавательного туризма, основной целью которого является знакомство туриста с гастрономической культурой. В регионах гастрономического туризма туристы имеют возможность посещать различные промышленные предприятия, гастрономические музеи, фермы. Наиболее популярными туристскими мероприятиями становятся выставки, мастер-классы, дегустации. Развитию гастрономического туризма могут способствовать разнообразные маркетинговые инструменты: кулинарные путеводители, гастрономические карты.

Гастрономическая идентичность – интересный и перспективный метод продвижения туристских территорий. Формирование программ гастрономической идентичности позволяет взглянуть под другим углом на типичные экскурсионные программы, поскольку гастрономия сегодня становится неотъемлемым фактором туристских впечатлений. Изучение гастрономической идентичности территории поможет сформировать ее уникальный образ. Это повысит уровень ее узнаваемости среди туристов и увеличит приток путешественников в регион [11, с. 91-92].

Гастрономический вид туризма имеет общие черты с другими видами туризма и обладает некоторыми признаками других видов туризма. Приведем следующую классификацию [7, с. 84-85]:

1) сельский («зеленый») гастрономический туризм. Во время таких туров люди находятся в естественной природной среде, познают сельскую культуру и быт, стараются изолироваться от современного мира с целью попробовать экологически чистый продукт. Например, «зеленые» туры могут предлагать сбор дикорастущих ягод в лесу, овощей и фруктов на фермах, охоту на трюфеля или прогулку по дорогам виноделия;

2) деловой (городской) гастрономический туризм. Во время деловых поездок люди посещают фабрики, цеха на заводах, знаменитые предприятия питания. Проводятся презентации новых брендов и блюд, мастер-классы. Например, городской гастротур может включать в себя посещение кондитерской фабрики или маленького колбасного цеха и ресторанчика при нем, где из выпускаемой на фабрике или в цеху продукции готовится деликатесное блюдо. Кроме того, существуют туры, которые знакомят не с различными блюдами в одной местности, а с одним блюдом в разных местностях [3, с. 853].

3) событийный (фестивальный) гастрономический туризм, имеющий своей целью посещение конкретного события или гастрономического фестиваля;

4) культурно-познавательный гастрономический туризм, представляющий собой комбинированный тур. Это может быть поездка в страну с богатыми кулинарными традициями, знакомство с ее достопримечательностями, включая особенности кухни во время обедов с элементами национальной кухни.

В бескрайней и многообразной России у каждого региона своя кулинарная «изюминка», свои фирменные кушанья и напитки. Северная кухня занимает особое место на кулинарной карте России. Архангельск на ней – козули и треска.

Архангельская область имеет весомый туристический потенциал, но пока мало известна на мировом и отечественном туристском рынке как регион, имеющий древнюю историю, богатую культуру, разнообразную природу. Регион обладает рядом благоприятных преимуществ, способствующих устойчивому развитию внутреннего туризма. Согласно Концепции развития туризма в Архангельской области, которую утвердило Правительство Архангельской области, предполагается повышение туристского потенциала и социально-экономического развития территории путем формирования туристско-рекреационных зон с использованием кластерного подхода.

На основе принятой концепции формируются шесть перспективных туристско-рекреационных зон Архангельской области [10]:

Туристско-рекреационная зона с объединением Онежского и Приморского муниципальных районов Архангельской области, города Архангельска, города Северодвинска и города Новодвинска;

1. Туристско-рекреационная зона с объединением Устьянского и Вельского муниципальных районов Архангельской области;

2. Туристско-рекреационная зона с объединением Каргопольского, Плесецкого, Коношского и Няндомацкого муниципальных районов Архангельской области;

3. Туристско-рекреационная зона с объединением Котласского, Красноборского, Ленского, Вилегодского и Верхнетоемского муниципальных районов Архангельской области, города Котласа, города Сольвычегодска, города Коржмы;

4. Туристско-рекреационная зона Пинежского, Мезенского и Лешуконского муниципальных районов Архангельской области;

5. Туристско-рекреационная зона с объединением Холмогорского, Виноградовского и Шенкурского муниципальных районов Архангельской области.

Реализация концепции поможет укрепить туристский потенциал региона и освоить запросы внутреннего потребительского спроса по предоставлению туристских продуктов и услуг как региональных потребителей, так и жителей других регионов.

Например, особенно позитивно потребителями воспринимаются проблемы поддержания экологического равновесия в природном комплексе региона и «зеленые» маршруты путешествий. Это позволит расширить использование маркетинговых инструментов, таких как: «туристская карта» – возможность получения скидок при приобретении продуктов региона; использование маркировки подтверждения «экологической чистоты» туристских продуктов и туров в местах пребывания

и размещения туристов; использование региональных логотипов экологически чистых пищевых продуктов и товаров региона, предлагаемых туристам [9, с. 175-180].

На данный момент гастрономический туризм наиболее развит в Устьянском муниципальном районе, который разработал и предлагает к посещению пять этнокультурных гастрономических туров и экскурсий [6].

«Гостевание в чудском краю». История о быте и жизни чуди заволоцкой, легенды и были о наших предках, о кулинарных традициях и пристрастиях, а также дегустация блюд местной кухни. В программу входят посещение этнографического музея под открытым небом «Люди-чуди», обзорная экскурсия: рассказ о чудском поселении, обычаях и нравах, интерактивная игра «Немой торг», изготовление амулета-оберега, дегустация мяса кабана, оленя, марала и ведический чай.

«Секреты мастерства малодорских пивоваров». В этом туре туристов ждут дегустация пива, лимонада, устьянских натуральных соков,

мастер-класс «Пельмени-сами-лепим» по приготовлению пельменей по авторскому рецепту и домашний обед.

«Сытный сумерецник». Данный гастрономический тур познакомит путешественников с традициями устьянского застолья, местными обычаями и фольклором, удивит рыбными и грибными блюдами. Хозяева с удовольствием принимают гостей: веселят былями и небылицами, играют, сытно угощают. В программу тура входят дорожная экскурсия, обзорная экскурсия по с. Плоское с посещением часовни, интерактивная программа «Деревенский торжок», мастер-класс по копчению рыбы, веселые посиделки с угощением «Сытный сумерецник».

«Устьянские сказания, пироги и гуляния». Экскурсионная программа включает в себя посещение музея-усадьбы кузнеца Ломоноса (крестьянский дом начала XX века, деревенская кузница); мастер-классы по розжигу самовара, работе на прялке, ткачеству, знакомство с предметами крестьянского быта; фольклорную программу (старинные песни, танцы, игры и забавы); чаепитие с пирогами.

«Устьянские сказания, пироги и гуляния» с. Шангалы. В данном туре устьянский центр культуры предлагает принять участие в более чем 25 мастер-классах по традиционным устьянским ремеслам, старинным играм и забавам. В ходе экскурсии искусный мастер откроет секрет изготовления традиционных лодок-долбленок из осины. Туристу предоставляется возможность самому создать сувенир на память. В программу входят мастер-классы по традиционным устьянским ремеслам: плетение из бересты и корня сосны, ткачество половиков и поясов, изготовление глиняной игрушки, валяние сувенирных валенок, выпечка традиционных устьянских шанег и приготовление блюд, а также фольклорная программа: старинные игры и забавы.

Ежегодно в Архангельской области проводятся кулинарные фестивали, ярмарки и конкурсы. Далеко за пределами региона стали известны Архангельский международный фестиваль поморской кухни «Помор-Этнофуд» и международный свадебный фестиваль «Медовая ссыпчина» в Устьянском районе. Иностранцам и русским путешественникам хорошо знакомы архангельские козули, кулебяки с треской и палтусом, ватрушки с брусникой и морошкой, онежская семга, соловецкая селедка и беломорские водоросли. В Архангельске уже пять лет проводится фестиваль «Помор-этнофуд», в котором участвуют не только россияне, но и зарубежные кулинары. Также заявлено о намерении проводить ежегодный фестиваль поморской семги. Основной площадкой события станет Кегостров. Семга даже в большей степени, чем треска, имеет право претендовать на роль кулинарного бренда Архангельска. Первый гастрономический маршрут проложен в Устьянский район с его медовы-

ми ссыпчинами. Чтобы Поморье не было белым пятном на гастрономической карте России, следует создать «вкусную карту» региона [1].

Существует идея проведения международного форума-фестиваля «Весна со вкусом» с презентацией блюд северной кухни, круглым столом, посвященным развитию гастрономического туризма, мастер-классами, с приглашением делегаций из городов-побратимов, национальных объединений, землячеств, российских торговцев, производителей, поставщиков. Место проведения фестиваля – устьянская Малиновка. Среди организаторов и администрация Устьянского района. Интерес к фестивалю проявляет и Вельск.

Подводя итог, стоит сказать, что Архангельская область становится значимым объектом гастрономического туризма Северо-Запада России. Туристские ресурсы для гастрономического туризма в Архангельской области богаты и аутентичны. Уникальная национальная северная кухня достойна стать одним из брендов региона, что создает благоприятные условия для отдыха и знакомства с историей и культурой поморского народа. Все больше людей осознает перспективность этого актуального направления, которое необходимо развивать. И тогда в Архангельск станут возвращаться, чтобы вновь насладиться кулебяками с семгой, шаньгами, козулями, мясными и рыбными блюдами из русской печки.

Список литературы

1. Беднов А. Г. Гастрономическое путешествие на Север [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.dvina29.ru/arkhiv-nomerov-za-2012-god/item/4129-gastronomicheskoe-puteshestvie-na-sever> (дата обращения 22.10.2015).
2. Джум Т. А., Ольшанская С. А. Организация и технология питания туристов: учеб. пособие. М.: Магистр.: ИНФРА-М, 2011. С. 187-188.
3. Железова О. Р. Этнический гастрономический туризм, его роль в сохранении национальной культуры и самобытности народов // Молодой ученый. 2013. №5. С. 855-858.
4. Зеленская Е. М. Гастрономический компонент в индустрии туризма // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2015. № 3. С. 110-117.
5. Круглов В. О. Гастрономический туризм, проект Ростуризма и Национальной Ассоциации Кулинаров [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dreamchef.ru/index.php/global-gastro> (дата обращения 22.10.2015).
6. Каталог туристических программ и маршрутов [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.pomorland.travel/kak_otdokhnut/?type=1479 (дата обращения 22.10.2015).
7. Нехаева Н. Е., Терехова Ю. С. Гастрономический туризм как перспективное направление развития регионов России // Естественные и математические науки в современном мире. Новосибирск: СибАК. 2015. № 34. С. 82-87.

8. Оробейко Е. С. Организация обслуживания: рестораны и бары: учеб. пособие М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. С. 217-218.

9. Поспеловская А. И. Пути развития туристского потенциала Архангельской области // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по материалам XLIV междунар. науч.-практ. конф. № 12 (44). Новосибирск: СибАК», 2013. С. 171-181.

10. Постановление Правительства Архангельской области от 02 сентября 2014 г. № 351-пш «Концепция развития туризма в Архангельской области».

11. Сильчева Л. В., Бальнин К. А. Гастрономическая идентичность региона. Сущность и практическое значение // Естественные и математические науки в современном мире. Новосибирск: СибАК. 2015. № 32. С. 86-92.

12. Kivela J., Crofts J. C. Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination // J. Hospitality and Tourism Res. 2006. № 30 (3). P. 354-377.

13. Su C. S., Homg J. S. Recent Developments in Research and Future Directions of Culinary Tourism: A Review /ed. by M. Kasimoglu // Visions for Global Tourism Industry - Creating and Sustaining Competitive Strategies. 2012. P. 91-112.

УДК 796.07

Охотина Н. М.,

канд. ист. наук, доцент кафедры сервиса и туризма
OhotinaNM@volgatech.net;

Блинова Е. А., студент,

Поволжский государственный технологический университет,
г. Йошкар-Ола, Россия

РАСШИРЕНИЕ АССОРТИМЕНТА УСЛУГ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ ООО «ФИТНЕС-КЛУБ АСТРОН»

Авторами рассмотрены и проанализированы предоставляемые услуги ООО «Фитнес-клуб «Астрон». На основе анкетирования клиентов предложены рекомендации по расширению ассортимента дополнительных услуг фитнес-клуба «Астрон».

Ключевые слова: фитнес-клуб, здоровый образ жизни, фитнес, фитнес-услуги.

EXPANDING THE RANGE OF SERVICES PROVIDED BY LLC «FITNESS CLUB ASTRON»

The authors reviewed and analyzed Services Ltd. «Fitness club Astron» Based on the survey of clients, offered recommendations on expanding the range of additional services Fitness Club «Astron» to promote healthy life and promote health direction «fitness» among the inhabitants of the city of Yoshkar-Ola.

Keywords: fitness, healthy lifestyle.

Российский рынок фитнес услуг начал свое становление около 20 лет назад и по-прежнему остается очень перспективным [1, с. 147]. Физическая культура в современном обществе является важнейшим фактором поддержания и укрепления здоровья людей, совершенствования их культуры, способом активного проведения досуга, а также альтернативой вредным привычкам. Вместе с тем фитнес и спорт интенсивно воздействуют на экономическую сферу жизни государства и общества: на структуру потребления и спроса, поведение потребителей, внешнеэкономические связи и другие показатели экономической системы и общества в целом [2, с. 293].

В настоящее время на рынке фитнес-услуг в городе Йошкар-Оле представлены как сетевые фитнес-центры, так и одиночные несетевые. ООО «Фитнес-клуб «Астрон» – единственная сеть фитнес-клубов в Республике Марий Эл, в которой представлены все современные виды фитнес-тренинга. Сеть представляет собой два клуба, расположенные в разных районах города. Один из клубов находится в центре города Йошкар-Олы, по адресу улица Лобачевского, дом 10, что делает его максимально доступным и комфортным для посещения. «Астрон на Лобачевского» фитнес-клуб Республики Марий Эл с богатой историей более 19 лет. Просторный и комфортный тренажерный зал площадью 600 кв.м с оборудованием премиум-класса Hoist, Foreman, Technogym, Reebok оснащен качественной системой вентиляции и кондиционирования воздуха. Кардиозона имеет широкий выбор тренажеров для бега и ходьбы, также представлена большая зона свободных весов и силовые тренажеры. Кроме того, в клубе на Лобачевского располагаются 4 зала групповых направлений, в которых профессиональные тренеры проводят более 150 классов в неделю по самым разным направлениям: силовая и танцевальная аэробика, йога и пилатес, фитнес для будущих мам и детский фитнес, оздоровительные направления для пожилых людей, реабилитационный тренинг, Crossfit, сайкл и другие фитнес-программы [3]. Также внутри здания располагается бассейн со специальной фильтрационной системой очистки воды, где проводятся занятия по аквааэробике, обучение плаванию и фридайвингу.

Вместе с тем «Астрон на Лобачевского» предлагает процедуры анализа состава тела с помощью «Inbody». Это диагностическое устройство точно анализирует состояние организма человека с помощью биоэлектрического импедансного метода. Spa-процедуры коллагенария «Mon Amie» предполагают коллагеновую световую терапию и загар под ультрафиолетовыми лучами.

Второй клуб расположен в центральной части заречного района г. Йошкар-Олы на улице Воинов Интернационалистов. Данному фитнес-клубу всего год. Тем не менее он успешно востребован среди жителей города и приезжих любителей фитнеса и спорта. Тренажерный зал заполнен профессиональным оборудованием Life Fitness, Hammer, Technogym, Reebok. Также здесь представлены два зала, где проходят все виды группового тренинга: силовая и танцевальная аэробика, тренировки направления «Стабильная сила», такие как йога, пилатес, стрейчинг, танцевальные направления под руководством сертифицированных инструкторов, детские направления от 3-х лет, реабилитационно-восстановительный тренинг, сайкл и другие виды фитнес-тренинга. Кроме того, «Астрон» предлагает членам клуба услуги персональных тренеров по фитнесу, которые разрабатывают программу тренировок, основанных на правильной технике исполнения, а также широкий выбор фитнес-программ для детей и подростков.

В обоих клубах «Астрон» в качестве дополнительных услуг представлены фитнес-кафе с качественным спортивным питанием, молочной продукцией и необходимыми принадлежностями для любого вида тренинга, а также бесплатные финские сауны и полотенце на время тренировки для каждого члена клуба.

Нами был проведен социологический опрос путем анкетирования клиентов клуба на улице Воинов-Интернационалистов. Опрошено 65 человек, из них 55% – женщины, 45 % – мужчины.

Анкетирование выявило необходимость внедрения следующих услуг:

а) индивидуальное сопровождение врача. Каждый человек при выборе тренировочной программы должен учитывать свое состояние здоровья и его особенности. С помощью медицинского осмотра фитнес-врача это сделать гораздо проще. Фитнес-врач определит уровень подготовленности организма, ограничения к тренировкам в различных фитнес-зонах;

б) внедрение такой услуги как спортивный массаж, так как для спортсменов массаж обязателен, поскольку помогает быстро восстановиться между тренировкам. Данные услуги можно реализовать, объединив их. Для этого необходим ремонт в одном из помещений, а также закупка мебели, необходимого оборудования и найм квалифицированного персонала с медицинским образованием.

в) установка кулеров с водой во всех фитнес-зонах. Для реализации данной идеи следует заключить договор поставки воды с соответствующей компанией, например, ООО «Здоровая жизнь», которая реализует артезианскую воду «Сестрица». И конечно, приобрести кулеры;

г) введение таких дополнительных услуг, как маникюр и педикюр. Для реализации данной рекомендации необходимо выделить помещение, закупить необходимое оборудование, дополнительные инструменты, а также нанять мастеров, по данному профилю.

Таким образом, все, что связано со спортом, здоровьем, физическим развитием и поддержанием физической формы, вызывает огромный интерес у людей. Мероприятия по расширению ассортимента услуг, предоставляемые ООО «Фитнес клуб Астрон» позволят расширить клиентскую базу, повысить конкурентоспособность, а также занять большую долю рынка фитнес-индустрии.

Список литературы

1. Рынок фитнес-услуг: учебник для вузов. / О. А. Агеева, Д. Н. Акуленок, Н. М. Васильев, Ю. Л. Васянин. М.: Тандем-Экмос, 2009. 246 с.
2. Бизнес: фитнес-услуги: учебник / под ред. А. Д. Чудновского. М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», Экмос, 2007. 400 с.
3. Официальный сайт ООО «Фитнес-клуб Астрон» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.astron.club/> (дата обращения 06.11.15).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В представленном сборнике 4 раздела, каждый из которых посвящен одному из важных направлений изучения сферы туризма. Первый раздел собрал работы по методологии, теории и практике изучения отрасли туризма, второй раздел рассматривает проблемы развития туризма в регионах России в целом, а третий раздел посвящен изучению регионального туризма. Работы, касающиеся индустрии гостеприимства и сферы общественного питания, включены в четвертый раздел.

Опыт проведения конференции по туризму в Поволжском государственном технологическом университете первый. Что-то получилось, что-то не совсем, но все участники сошлись в одном: такие конференции, особенно сегодня, крайне важны и нужны. Необходима площадка для обмена мнениями профессионалов, как опытных, так и начинающих. Надо услышать и исследователей, и практиков.

Предложенные разработки и рекомендации авторов могут быть использованы в образовательной деятельности вузов, специализирующихся в области подготовки и переподготовки кадров высшей квалификации для предприятий, органов государственной власти и местного самоуправления, при чтении курсов по направлениям подготовки бакалавров и магистров «Менеджмент», «Экономика», «Туризм», «Сервис», «Гостиничное дело».

Общая задача, которая сегодня поставлена перед специалистами сферы туризма, – разработать, внедрить новые подходы, методы и добиться эффективного их использования для развития внутреннего туризма в регионах России в условиях модернизации экономики и реализации политики импортозамещения.

Выражаем всем участникам конференции искреннюю признательность за их активность и организованность!

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	3
РЕЗОЛЮЦИЯ I Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции «Туризм как фактор модернизации и развития экономики регионов»	5
РАЗДЕЛ 1	
МЕТОДОЛОГИЯ, ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ИЗУЧЕНИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА	
Шалаев В. П. Туризм как новый социальный институт в глобальном обществе потребления	9
Полухина А. Н. Стратегические программы развития туризма: эволюция, теория и практика	27
Шерешева М. Ю. Сети в туризме	35
Бунаков О. А. Анализ сдерживающих факторов развития туризма в России	45
Каримов Р. Э. Туризм как инструмент воспитания молодежи Таджикистана	49
Гелдимурадова О. А. Гостеприимство туркменского народа в романе Г. М. Бердымухамедова «Имя доброе нетленно»	53
Сахарчук Е. С. Исходные данные и обоснование необходимости модернизации структуры и содержания российского образования в сфере туризма	59
Бердиева А. Х., Курбандурдыева Э. К. Развитие туризма в условиях модернизации экономики страны	75
Кусков А. С., Сирик Н. В. Договорные отношения туроператоров и турагентов: проблемы законодательного регулирования и правоприменительной практики	81
Лукьянова Л. Г. Проблемология образования в системе формирования понятийного аппарата в туризме и гостеприимстве	86

Рукомойникова В. П. Обзор индикаторов эффективности программ развития туризма (на примере Приволжского федерального округа)	92
Гордеева О. И., Зюляев Н. А. Влияние политики на въездной и выездной туристские потоки	95
Зюляев Н. А. Использование статистических методов исследований в туризме и гостеприимстве	98
Охотина Н. М., Пархаева Е. Ф., Попова О. Е. Социальные функции туризма и возможности его развития в Республике Марий Эл	103
Низова Л. М., Никитина А. С. Занятость в сфере туризма	109
Лежнин В. В. Обоснование регионального развития с учетом взаимосвязи экономического пространства	113
Сафарян А. А. Геопортал как инновационный способ информационного обеспечения туристов	117
Яковенко А. Ю. Инновационные подходы модернизации и повышения компетентности персонала современного туристского предприятия	121
Мамаева О. Б., Готчалък Е. В. Понятие клиентской лояльности в туризме	125

РАЗДЕЛ 2

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РОССИИ

Полухина А. Н. Разработка комплексной стратегии регулирования развития предпринимательства: опыт Республики Марий Эл для регионов России	128
Шульмин В. А. Тенденции и перспективы развития въездного туризма в Республике Марий Эл	143
Зыкова Н. Н., Тумбаева И. Д. Сельский и экологический туризм в контексте регионального развития	148
Репина Ю. А. Проблемы и перспективы развития въездного туризма в Республике Марий Эл	154

Охогина Н. М., Кузьмина И. М. Оценка современного состояния туристских ресурсов Республики Марий Эл	155
Михеева О. С. Программа продвижения внутреннего и въездного туризма в Республике Марий Эл на 2016 г.	158
Шабалина С. А. Предпосылки формирования и развития туристских кластеров на территории Республики Татарстан	160
Шабалина С. А., Валитова А. Перспективы развития воздушного сообщения международного аэропорта «Казань» в формировании туристского потока	165
Чех П. Н. Особенности разработки турпродукта для туристов Северной Европы	167
Фирсова А. В., Никитина Ж. Е. Туристский район «Парма»: оценка ресурсов и перспективные направления	170
Труфанова В. П., Цой Д. И. Экологическое состояние региона Кавказских Минеральных Вод	180
Соломина И. Ю. К вопросу о перспективах развития событийного туризма в Самарской области	182
Потапова К. О., Рукомойникова В. П. Обзор кадровых ресурсов в сфере туризма Приволжского федерального округа	187
Галактионова В. А., Гимаева Р. Р., Минигареева Д. А. Анализ туристского потенциала Альшеевского района Республики Башкортостан	190
Гончарова О. В., Гончарова С.В. Региональные аспекты туристско-рекреационного проектирования в Омской области	195
Смирнова И. В. Сельский туризм как элемент устойчивого развития сельских территорий	199

РАЗДЕЛ 3

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА ПО ВИДАМ И НАПРАВЛЕНИЯМ

Васина С. М. Событийный туризм и его роль в развитии региона (на примере Республики Марий Эл)	202
--	-----

Газизьянова С. М. Стратегические направления регионального туризма: культурно-исторический туризм, экологический туризм, сельский туризм (на примере Республики Марий Эл)	207
Васенин Д. В., Иванов А. И. Роль информационно-туристского центра «Царевококшайский кремль» в развитии историко-культурного туризма в г. Йошкар-Оле	213
Сафина Г. М. Анализ функционирования туристско-информационного центра в Республике Марий Эл	218
Павлова Д. Б. Необходимость развития образовательного туризма в Республике Марий Эл	220
Логинова Н. Э. Йошкар-Ола – чудесный город: туристский бренд Республики Марий Эл	221
Якимова О. В., Васина С. М. Анализ развития рынка международного образовательного туризма	225
Шопина Е. В., Стативко А. А., Тараник А. О. Историко-культурный туризм в Белгородской области	230
Зверева С. В. «Прогулки с Йошкиным котом» – детский туристский маршрут по столице Республики Марий Эл	237
Тимофеева Л. А. Этнографический зал школьного музея «Светоч» – образовательный и культурный центр	240
С. В. Мосунова, Т. А. Морозова, Васина С. М. Вехи истории: прошлое и настоящее замка Шереметева	242
Мазанкина А. Д. Роль культурно-исторического и природного наследия регионов в развитии туризма	248
Кондратьева Л. А., Полухина А. Н. Использование объектов историко-культурного наследия марийского народа как пример анимационных туристских услуг	251
Шопина Е. В., Некрасова В. В. Развитие сельского туризма на Белгородчине	258
Старостина О. Г. Агротуризм: проблемы и перспективы развития	264
Павлова Д. Б. Роль событийного туризма в развитии региона	266

Голубева И. А., Лешкова О. В. Автобусный туризм в Хабаровском крае: оценка перспектив развития	268
Злобина Е. В. Фототуризм: специфика, функции, перспективы развития в Республике Марий Эл	275
Носкова Е. П., Прыгунова М. И., Егоров Д. О. Событийный туризм в контексте международных спортивных мероприятий	279
Виногорова Н. А., Полухина А. Н. Перспективы развития сельского туризма в регионах России	283
Гребнева Н. А., Васина С. М. Проблемы развития туризма в Куженерском районе Республики Марий Эл	286
Крысова Е. В. Развитие регионального туризма: от городской доминанты к сельской	288

РАЗДЕЛ 4

ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ, САНАТОРНО-КУРОРТНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ, ОБЩЕСТВЕННОЕ ПИТАНИЕ

Оборин М. С. Теоретические особенности позиционирования рынка лечебно-оздоровительного туризма	292
Оборин М. С. Метод SWOT-анализа для изучения маркетинговой среды санаторно-курортного комплекса региона	297
Рахманов М. Р. Инфраструктура туризма в России: проблемы, перспективы развития	303
Исакова Е. М., Охотина Н. М. Оценка современного состояния гостиниц рекреационного назначения в Республике Марий Эл.....	307
Ведерникова Л. Ю. Развитие рекреационных предприятий в Республике Марий Эл	310
Бабин Д. В., Охотина Н. М. Оценка и значение рекреационных ресурсов Республики Марий Эл в рамках санаторно-курортного сектора	313

Полухина А. Н., Семенова А. Г. Формирование системы управления персоналом гостиничного предприятия	317
Обухова З. Д., Васина С. М. Проблемы и перспективы развития гостиничного дела в Кыргызской Республике	319
Леонтьева К. Ю., Охотина Н. М. Оценка современного состояния рынка гостиничного хозяйства в России и Республике Марий Эл	324
Кусюкбаева Т. Г., Васина С. М. Профессионализм кадров и эффективность управления качеством гостиничного обслуживания	327
Кусюкбаева Т. Г., Васина С. М. Механизм повышения эффективности управления качеством гостиничного обслуживания на основе совершенствования профессионализма кадров	329
Костромина К. А., Васина С. М. Тенденции и перспективы развития малых отелей и хостелов в городе Йошкар-Оле	331
Костина Е. В., Охотина Н. М. Оценка современного состояния рынка гостиниц делового назначения	333
Полухина А. Н., Казанцева А. Е. Организация службы питания гостиничного предприятия	336
Емеева Е. Э. Психологические проблемы, возникающие при ведении гостиничного хозяйства	338
Гоилов А. К. Качество гостиничных услуг: структура и управление	339
Охотина Н. М., Ворончихина А. А. Разработка программы продвижения гостиницы (на примере гостевого дома «Сайвер»)	343
Охотина Н. М., Ведерникова Д. В. Совершенствование системы дополнительных услуг гостиницы «Амакс сити отель»	345
Бурнашев К. Э., Фролова Ю. Н. Разработка мероприятий по повышению качества услуг, предоставляемых кафе «Гонг»	348
Слободина Д. С., Зюляев Н. А. Совершенствование системы обслуживания потребителей (на примере ресторана «Ариада» в г. Волжске)	351

Мамаева О. Б., Владимирова Н. С. Качество сервиса как фактор формирования имиджа организации общественного питания (на примере ООО «Изба»)	353
Мамаева О. Б., Весёлкина О. С. Пути совершенствования обслуживания клиентов на предприятиях общественного питания (на примере кафе-бара «Калипсо» в г. Козьмодемьянске).....	355
Слободина Д. С., Зюляев Н. А. Совершенствование технического состояния столовой «Искожсервис» как фактор улучшения услуг питания	357
Ботнареску А. Г. Гастрономия как перспективное направление развития туризма Архангельской области	358
Охотина Н. М., Блинова Е. А. Расширение ассортимента услуг, предоставляемых ООО «Фитнес-клуб «Астрон».....	366
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	370

Научное издание

ТУРИЗМ
КАК ФАКТОР МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ
И РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Материалы I Всероссийской
научно-практической конференции
с международным участием

19-21 ноября 2015 г.

Ответственная за выпуск

С. М. Васина

Редакторы

Л. С. Емельянова, Л. С. Журавлева, П. Г. Павловская,

Компьютерная верстка и дизайн обложки

И. В. Малинкина

Текст на английском языке
представлен в авторской редакции

Подписано в печать 03.12.15. Форма 60x84 ¹/₁₆.
Бумага офсетная. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 22,08. Тираж 150 экз. Заказ № 5737.

Поволжский государственный технологический университет
424000 Йошкар-Ола, пл. Ленина, 3

Редакционно-издательский центр ПГТУ
424006 Йошкар-Ола, ул. Панфилова, 17