

The Government of the Republic of Karelia
Karelian Research Center of the Russian Academy of Sciences
Institute of Economics of the Karelian Research Center of the Russian Academy of Sciences
Russian International Academy for Tourism (RIAT)
Karelian Institute of Tourism - Branch of Russian International Academy for Tourism

**THE ROLE OF TOURISM IN MODERNIZATION
OF THE ECONOMY IN RUSSIAN REGIONS**

The collection of scientific articles based on the materials
of the international Scientific-Practical Conference

**Petrozavodsk
2010**

Правительство Республики Карелия
Карельский научный центр Российской академии наук
Институт экономики Карельского научного центра РАН
Российская международная академия туризма
Карельский институт туризма филиал РМАТ

РОЛЬ ТУРИЗМА В МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ

Сборник научных статей по материалам
международной научно-практической конференции

**Петрозаводск
2010**

ББК 65.433
УДК 338.48(061.3)
Р 68

Р 68 **Роль туризма в модернизации экономики российских регионов** / Сборник научных статей по материалам международной научно-практической конференции 8-10 июня 2010 г., Петрозаводск – Кондопога. Под общей ред. А.И. Шишкина, Т.А. Кодоловой. – Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2010 – 352 с.
ISBN 978-59274-0441-4

В связи с 90-летием республики Правительство Республики Карелия и Институт экономики Карельского научного центра РАН инициировали проведение научно-практической конференции, посвященной вопросам развития туристической индустрии в России. Актуальность тематики конференции обусловлена новыми задачами экономического развития РФ, связанными с модернизацией экономики российских регионов.

Предлагаемый вниманию читателей сборник статей представляет различные аспекты теоретических и практических исследований в области решения проблем и рассмотрения перспектив развития туризма в России на национальном и региональном уровне на основе использования инновационных технологий и построения системы стратегического планирования в управлении дестинациями.

ББК 65.433
УДК 338.48 (061.3)

Редакционная коллегия:

*Громов В.В., Зорин И.В., Кодолова Т.А., Мантере Э.В.,
Павлова Э.Н., член-корр. РАН Титов А.Ф., Хонканен А., Шишкин А.И.*

The Role of Tourism in Modernization of the Economy in Russian Regions / The Collection of scientific articles based on the materials of the Scientific-Practical Conference on June, 8-10, 2010, Petrozavodsk – Kondopoga. Under the general edition A.I. Shishkin, T.A. Kodolova. - Petrozavodsk: Karelian Research Center of the Russian Academy of Sciences, 2010 – 352 p.

In connection with the 90th anniversary of the Republic of Karelia, the Government of the Republic of Karelia and of the Institute of Economics of the Karelian Research Centre have initiated the scientific-practical conference dedicated to development of the tourism sector in Russia. The main theme of the conference is urged by the actual goals of the economic development in Russia related to the modernization of the economy in Russian regions.

The collection of papers highlights various aspects of theoretical and practical research in the field of tourism development in Russia at the national and regional levels, implementation of the innovative technologies and building a system for strategic planning in the management of destinations.

The Editorial Staff:

*Gromov V.V., Zorin I.V., Kodolova T.A., Mantere E.V.,
Pavlova E.N., RAS Corr. Fellow Titov A.F., Honkanen A., Shishkin A.I.*

ISBN 978-59274-0441-4

© Институт экономики Карельского научного центра РАН, 2010
© Карельский научный центр Российской академии наук, 2010
© Institute of Economics of the Karelian Research Center of the Russian Academy of Sciences, 2010
© Karelian Research Center of the Russian Academy of Science, 2010

СОДЕРЖАНИЕ

Резолюция конференции	8
ИНСТРУМЕНТЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПО РАЗВИТИЮ ТУРИНДУСТРИИ В РЕГИОНЕ	
<i>Шишкин А.И., Шишкин А.А.</i> Туризм в стратегии развития Республики Карелия на период до 2020 года	18
<i>Александрова А.Ю.</i> Кластерные принципы организации туристского пространства (мировой опыт)	27
<i>Алиева Г.В.</i> Отраслевые документы территориального планирования на примере генеральной схемы размещения объектов и инфраструктуры туризма в Республике Карелия (Генеральная схема размещения объектов и инфраструктуры туризма в Республике Карелия)	32
<i>Барзыкин Ю.А.</i> Актуальные вопросы развития туриндустрии в России	38
<i>Брайнин М.Б., Громов В.В., Коткин Е.Е.</i> Формирование конкурентоспособного туристского комплекса в Республике Карелия	41
<i>Васильева А.В.</i> Вспомогательный счет туризма как инструмент формирования территориальной информационной базы по туризму	47
<i>Власова Т.И.</i> Государственно-частное партнерство – один из основных факторов динамичного развития индустрии туризма и гостеприимства	49
<i>Гайнанов Д.А., Кириллова С.А.</i> Развитие регионального туризма в формате суперкластера	52
<i>Говоров Б.В.</i> Развитие индустрии туризма в условиях кризиса	57
<i>Гришечкина И.Е.</i> Территориальное планирование как инструмент развития сферы туризма в регионах РФ	61
<i>Гусева М.В.</i> Роль авиационного транспорта в развитии туристического бизнеса в регионах России	69
<i>Зорин И.В.</i> Туристская дестинация	71
<i>Карпова Г.А., Максарова Е.М.</i> Механизм реализации принципов устойчивого развития туризма через государственно-частное партнерство	76
<i>Клейман А.А., Бабанчикова О.А.</i> О некоторых проблемах и факторах развития регионального туризма в России в условиях финансово-экономического кризиса	81
<i>Ларичкин Ф. Д., Харитонова Г.Н., Алиева Т.Е.</i> Проблемы и перспективы развития туризма в Мурманской области	86
<i>Левочкина Н.А.</i> Региональные туристические бренды России как инструмент глокализации социально-экономических процессов	91
<i>Мантере Э.В.</i> Использование принципов государственно-частного партнерства для развития туристской сферы в регионе (на примере Республики Карелия)	92
<i>Немкович Е.Г.</i> Мультипликатор туризма	97
<i>Ополченов И.И.</i> Концепция развития туризма российских регионов	100
<i>Плеханов Ю.Н.</i> Кластерный подход к развитию сферы туризма Вологодской области	103
<i>Полин А.К.</i> Применение ГИС и Интернет-технологий для туриндустрии Республики Карелия	106
<i>Розанова Л.И.</i> Формирование локальных туристских кластеров в целях повышения конкурентных преимуществ дестинаций	110
<i>Степанова С.В.</i> Региональные особенности развития туризма (Республика Карелия)	113
<i>Сурова С.А.</i> Современные модели управления многофункциональными туристско-гостиничными комплексами	118
<i>Сухарев М.В.</i> Коллаборативное планирование туризма в регионе	122
<i>Хавронюк С.В.</i> Тенденции развития средств размещения как одного из сегментов индустрии туризма	125
<i>Хинтереггер К.</i> Брендинг туристических направлений	128
<i>Хинтереггер К.</i> Развитие туризма – необходимые шаги для успеха	129
<i>Фёдорова М.Ю.</i> Исследование ценовой конкурентоспособности туристского продукта Республики Карелия. Проблемы и варианты их решения	131
<i>Филатов Н.Н.</i> Роль Русского географического общества в развитии туризма	137
<i>Чубиева И.В., Козырев В.В.</i> Информационное продвижение туристско-рекреационных ресурсов Республики Карелия	139
<i>Шмуило Т.П.</i> Развитие туризма – одно из направлений концепции «Возрождение Карелии» на период до 2012 года	142
<i>Юринов М.Н.</i> Формирование системы государственного регулирования туризма в регионе на примере Республики Карелия	144

<i>Юрьева А.А.</i> Информационно-коммуникационное пространство туристского бизнеса	146
<i>Ямаев Р.Б.</i> Туризм как фактор развития российских регионов	151

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ НА УРОВНЕ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

<i>Гучек А.С.</i> Модель устойчивого развития сельского туризма (на примере Беломорского района)	154
<i>Дружинин П.В., Курило А.Е., Молчанова Е.В., Шкиперова Г.Т.</i> Туристско-рекреационный потенциал и развитие туризма в Муезерском муниципальном районе	156
<i>Дубиничева Л.В.</i> Особенности формирования туристской дестинации на основе межмуниципального сотрудничества территорий (на материалах Вологодской области)	162
<i>Егоров В.Е.</i> Правовая основа создания условий для развития туризма на муниципальном уровне	166
<i>Козырева Г.Б., Морозова Т.В.</i> Проблемы развития туристских дестинаций на муниципальном уровне	170
<i>Кулакова Л.М.</i> Современные особенности развития предпринимательства в сфере сельского туризма в северных приграничных территориях	174
<i>Орлова В.С.</i> Туристская дестинация как эффективная форма реализации межмуниципального инвестиционного проекта	178
<i>Поташев П.А.</i> Комплексный подход и кооперация в организации сельского туризма (на примере д. Пяльма)	183
<i>Ройзенман Ф.М.</i> Организация круглогодичного и активного туризма в Северном Приладожье	184
<i>Сачук Т.В.</i> Формирование брендов территории как элемент имиджевой политики сельских поселений	187
<i>Чубиева И.В.</i> Программно-целевой подход в развитии туристской сферы муниципальных образований Республики Карелия (на примере Пряжинского национального муниципального района)	190

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И СОХРАНЕНИЯ КРУПНЫХ ТУРИСТСКИХ ЦЕНТРОВ КАК ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ МИРОВОГО ЗНАЧЕНИЯ

<i>Гордин В.Э., Матецкая М.В.</i> Культурные кластеры как генераторы инноваций в развитии туризма в дестинации	195
<i>Грибушин А.И.</i> Реализация бизнес-проекта «Горный парк Рускеала»	199
<i>Дыбин В.А.</i> Культурно-историческое наследие Республики Карелия	203
<i>Егоров В.К.</i> Культурно-исторические аспекты социальной функции туризма	205
<i>Кодолова Т.А.</i> Методологические подходы разработки Плана управления объектом Всемирного наследия «Кижский погост» как историко-культурной дестинации «Кижь»	208
<i>Кодолова Т.А., Мантере Э.В.</i> Управление инвестиционными процессами в сфере культурного туризма	212
<i>Кочуркина С.И.</i> Археологический музей и его роль в популяризации научного туризма	218
<i>Кулешевич Л.В., Пудовкин В.Г., Ларькина Н.Ю.</i> Популярно о геологии (музей геологии докембрия)	219
<i>Лобанова Н.В.</i> Петроглифы Карелии как ресурс культурного туризма на Северо-Западе России	222
<i>Луговой Д.Д.</i> Роль объектов культурного наследия в экономике российских регионов. Проблемы функционирования (на примере музея-заповедника «Кижь»)	225
<i>Музычук В.Ю.</i> Роль культурного туризма в модернизации российской экономики	231
<i>Савватеев Ю.А.</i> О создании музея истории г. Петрозаводска: за и против!	236
<i>Степанов И.Ю.</i> Проблематика развития туризма и паломничества на особо охраняемых природных территориях. Опыт и возможности нейтрализации негативного антропогенного фактора	241
<i>Титова О.Ю.</i> Опыт реализации музейных проектов, направленных на развитие территории (на примере квартала исторической застройки в г. Петрозаводске)	246

СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ КУРОРТНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ РЕГИОНА

<i>Белая Р.В., Дьяконова М.В.</i> Современные особенности развития курортно-оздоровительной дестинации Республики Карелия	252
<i>Морозова Т.В., Мурина С.Г.</i> Влияние туристско-рекреационной мобильности населения на качество жизни	257
<i>Разумов А.Н.</i> Методология развития и организации системы восстановительной медицины в целях оздоровления и санаторно-курортного лечения	261
<i>Цапиева О.К.</i> Современное состояние, проблемы, инструментарий эффективного управления и модели устойчивого развития курортно-лечебного комплекса Кавказских минеральных вод	263

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИИ

<i>Alhojärvi P., Alhojärvi T., Demidova N.</i> Integrated approach for certifying forests, non-wood forest products and forest based tourism, some examples from finland and the Russian Federation	269
<i>Антитин В.К.</i> Болота Карелии как объекты экологического туризма	271
<i>Колбовский Е.Ю., Морозова В.В.</i> Туризм и рекреация в зеркале территориального планирования: упущенные возможности	273
<i>Кулешевич Л.В., Лавров О.Б.</i> Горные и рудные промыслы Карелии (историко-геологический туризм)	278
<i>Куксова М.А.</i> Комплексная оценка туристско-рекреационного потенциала особо охраняемой природной территории «Маньч-Гудило»	281
<i>Макарихин В.В., Первунина А.В.</i> Геопарк «Гирвас» – важнейшее звено в структуре экотуризма	286
<i>Омелай Р.В.</i> Проблемы создания Хибинской туристско-рекреационной зоны	289
<i>Севастьянов Д.В.</i> ООПТ Северо-Запада России как основа устойчивого развития туризма в регионах (на примере Республики Карелия и Архангельской, Вологодской областей)	291
<i>Тимофеева В.В., Кутенков С.А.</i> Оценка состояния лесных экосистем национального парка «Паанаярви», подвергающихся активным рекреационным нагрузкам	294
<i>Харитонова Г.Н.</i> Проблемы регулирования туристско-рекреационной деятельности на лесных землях и особо охраняемых природных территориях	296

ИЗМЕНЕНИЯ В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ С ОРИЕНТАЦИЕЙ НА ТРЕБОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИНДУСТРИИ

<i>Андреянова И.А.</i> Проблемы подготовки студентов туристского вуза в сфере гостеприимства	300
<i>Байбурова О.Р.</i> Модернизация системы подготовки кадров с ориентацией на требования современного развития туризма	302
<i>Емельянов А.М.</i> Проблема подготовки переводческих кадров для работы в сфере туризма: опыт Камчатского края	303
<i>Дусенко С.В.</i> Инновации в подготовке и повышении квалификации кадров для сферы туризма и гостеприимства	306
<i>Конев И.П.</i> Образовательные модули по формированию инновационного мышления специалистов в туризме и гостеприимстве	310
<i>Крылов С.Ю.</i> Инновационные аспекты социального партнёрства в туристском образовании.	312
<i>Крюкова В.А., Виноградова Ю.С.</i> Деловая игра как современный способ активизации обучения студентов туристского вуза	316
<i>Лайко М.Ю., Ильина Е.Л., Латкин А.Н., Валединская Е.Н.</i> Новые подходы к подготовке специалистов для индустрии гостеприимства и туризма в условиях интегрирования России в европейское образовательное пространство	319
<i>Павлов О.Г.</i> Роль научно-исследовательской работы в вузе в повышение качества подготовки студентов	321
<i>Павлова Э.Н., Павлов О.Г.</i> Инновационный подход к профессиональной подготовке специалистов для индустрии туризма в условиях туристских дестинаций	325
<i>Погодина О.Н.</i> Влияние системы подготовки в гостиничной индустрии на эффективность деятельности таких предприятий	328
<i>Поташева О.В.</i> Проблемы и возможности формирования туристского кадрового потенциала	331
<i>Прусаков В.Б.</i> Методика преподавания темы «Интернет-технологии в туризме и гостиничном бизнесе»	334
<i>Степанова Г.И.</i> Возможности детского туризма в подготовке кадров для туристской индустрии	336
<i>Стрельников А.В.</i> Проблемы обучения сотрудников индустрии туризма	337
<i>Холопова Л.Е.</i> Использование интернет-тестирования при самообследовании и аккредитации ВУЗОВ	341
<i>Хуусконен Н. М.</i> Экскурсоведение – как элемент подготовки менеджеров по туризму	344
Сведения об авторах	347

РЕКОМЕНДАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ «РОЛЬ ТУРИЗМА В МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ»

*Правительство Республики Карелия
Карельский научный центр Российской академии наук
Учреждение Российской академии наук Институт экономики Карельского научного центра РАН
Российская международная академия туризма
Карельский институт туризма филиал РМАТ*

*Конференция проходила при поддержке
Министерства спорта, туризма и молодежной политики
Федерального агентства по туризму
Института экономических проблем им. Г.П. Лузина Кольского научного центра РАН
Российского союза туриндустрии
Национальной академии туризма
Центра исследований туризма Университета Восточной Финляндии (Финляндия)*

*Время и место проведения:
7 июня 2010 г., Кондопога, 8-10 июня 2010 г., Петрозаводск
Республика Карелия, Россия
Рабочие языки: русский, английский*

Актуальность проведения данной конференции обусловлена потребностью интенсивного саморазвития территорий посредством модернизации и реструктуризации экономики российских регионов в условиях институциональных трансформаций и реформ в РФ, рыночной конкурентной среды, процессов глобализации и интеграции в мировое экономическое пространство.

Президент Российской Федерации Д.А. Медведев обозначил туризм в качестве одной из важнейших отраслей развития экономики страны, подчеркнув, что «наше богатейшее историческое и культурное наследие является поистине грандиозным ресурсом для развития турбизнеса»¹. Именно туризм как катализатор расширения спектра экономических и социальных направлений деятельности может стать определяющим фактором стабилизации социально-экономических процессов в ряде регионов России, придать импульс развитию территорий, обеспечивая приток инвестиций, создание рабочих мест, стимулируя производство местных товаров и продуктов, строительство средств размещения и других объектов инфраструктуры и коммуникаций.

В свою очередь, устойчивое региональное развитие возможно только на основе стратегического территориального планирования. Становление современного управления территориями, основанного на планировании, в том числе и в сфере туризма, с учетом формирования института частной собственности, свободной конкуренции, развития бизнес-инфраструктуры, внедрения инновационных технологий и коммуникаций, развития государственно-частного партнерства позволит соблюсти интересы населения, власти и бизнеса в воспроизводственном процессе ресурсного потенциала и социально-экологической реабилитации регионов и муниципальных образований и способствовать повышению конкурентоспособности территорий.

Цель конференции – представление и обсуждение новейших теоретико-методологических положений и методических разработок в сфере управления развитием территорий на основе планирования формирования туристских дестинаций. В прикладном отношении – обмен опытом по разработке и внедрению инноваций, поиск новых направлений активизации и повышения эффективности инновационной деятельности на уровне регионального и местного самоуправления и бизнеса в туристской сфере на примере опыта Республики Карелия и других регионов РФ, международных практик; оказание экспертных услуг администрациям муниципальных районов и главам поселений по продвижению туристских инвестиционных проектов и площадок, обучение методам и формам планирования развития туристских дестинаций; ознакомление представителей бизнеса с основами консалтинга в туризме.

Задачи конференции

1. Обсудить проблемы и перспективы развития туризма в России на национальном и региональном уровне, связанные с использованием инновационных технологий и построением системы стратегического планирования в управлении развитием туризма.

¹ По данным Всемирного экономического форума (WEF, 2009 г.) Россия среди 133 стран занимает 5 место по «наличию природных туристских ресурсов мирового значения», 9 место по «культурным туристским ресурсам мирового значения», 59 место по конкурентоспособности туристического сектора экономики, 83 место по «государственным расходам на туризм», 127 место по показателю «приоритет сектора туризма для государства».

В соответствии с данной задачей на пленарном заседании конференции рассмотрены следующие вопросы:

- пути выхода российских регионов из экономического кризиса и структурная перестройка экономики, связанная с ее диверсификацией на основе использования возможностей развития туризма;
- оценка современного состояния туристической индустрии в РФ и ее субъектах;
- организационно-правовые аспекты эффективного управления развитием туристической индустрии, в т.ч. формирования государственной инвестиционной политики с учетом использования механизма государственно-частного партнерства (ГЧП);
- роль туризма в социально-экономическом развитии регионов России, повышение качества предоставляемых туристических услуг и привлекательности туристических направлений;
- международный опыт по формированию высокоэффективных туристических комплексов, созданию и продвижению на международном рынке туристических услуг;
- инновации в управлении и развитии туристического бизнеса в регионе;
- роль стратегического и территориального планирования как инструментов государственного регулирования туристического рынка и факторов повышения конкурентоспособности региональных туристических продуктов;
- использование ГИС и Интернет-технологий для разработки отраслевых схем территориального планирования;
- методология формирования туристско-рекреационных и культурных кластеров и развития туризма в направлении;
- роль культурного туризма в модернизации российской экономики;
- перспективы сотрудничества России и Республики Карелия с Финляндией, а также развития туризма на территории Зеленого пояса Фенноскандии;
- методология работы НКО по развитию туризма в регионе и РФ;
- развитие туризма на особо охраняемых природных территориях и возможности нейтрализации негативного воздействия антропогенного фактора.

2. Обсудить методологические аспекты и практику управленческих инноваций (на уровне региона), связанные с развитием индустрии туризма, регулированием регионального туристического рынка, формированием туристических направлений.

В соответствии с данной задачей на круглом столе «Инструменты государственного управления по развитию туристической индустрии в регионе» рассмотрены следующие вопросы:

- научно-обоснованные подходы к управлению развитием туризма в регионе: стратегическое и пространственное планирование;
- практика разработки Генеральной схемы размещения объектов и инфраструктуры туризма (на примере Республики Карелия);
- методические аспекты использования инноваций в региональном управлении планированием и развитием туристической индустрии: особые экономические зоны, туристско-рекреационные зоны, туристские кластеры, зоны опережающего развития;
- государственное регулирование регионального туристического рынка: программно-целевые, индикативные методы планирования; маркетинг и брендинг; система продвижения туристических направлений и турпродуктов (СМИ, Интернет, выставочно-ярмарочные мероприятия и др.);
- методологические подходы по формированию туристических направлений на региональном уровне; координация стратегий и планов развития туризма и смежных отраслей, формирование комплексных проектов по развитию туристической, транспортной, инженерно-технической, коммуникационной и социальной инфраструктуры;
- инвестиционная привлекательность территорий субъектов РФ с точки зрения развития туристических направлений как отражение региональной инвестиционной политики;
- институциональные основы ГЧП: механизмы, формы и методы, организационно-правовое обеспечение. Опыт регионов по использованию ГЧП в реализации инвестиционных проектов по строительству капитальных объектов и инфраструктуры туризма;
- формирование статистики туризма, оценка индикаторов развития туризма и расчет мультипликативного эффекта – критерия комплексной оценки воздействия туризма на социально-экономическое развитие территории. Методы их определения и мониторинг;
- повышение эффективности использования туристско-рекреационного потенциала бизнесом, инновационные технологии ведения туристического бизнеса (креативность, продвижение новых идей и проектов, IT-технологии, сервис и консалтинг); снижение административных барьеров: причины и минимизация рисков для бизнеса;
- маркетинг и менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства, особенности ведения отдельных видов бизнеса в современных экономических условиях, использования ГЧП как инструмента развития туристического бизнеса;

- специфика ведения туристского бизнеса в Карелии, оценки его возможностей и перспектив;
 - интеграция в сфере туристского бизнеса. Кооперация и конкуренция в туризме. Развитие туристско-рекреационных кластеров. Региональные особенности интеграционных процессов на рынке туристских услуг;
 - повышение роли туризма в развитии международного сотрудничества, направления и тенденции развития международного сотрудничества в туризме в российских регионах. Инновационные процессы и развитие современного международного туризма, сервиса, консалтинга;
 - успешные практики влияния трансграничного сотрудничества и международной проектной деятельности на развитие туризма и дестинаций.
3. Обсудить вопросы, связанные с определением подходов и методов комплексной оценки туристско-рекреационного потенциала территории, и его использование в классификации туристско-рекреационных ресурсов территорий и способов их вовлечения в хозяйственный оборот.
- В соответствии с данной задачей на круглом столе «Современные технологии туристско-рекреационного освоения территории» рассмотрены следующие вопросы:
- разработка и практика использования методики комплексной оценки туристско-рекреационного потенциала территорий и методики оценки биоклиматического потенциала для рекреационных целей;
 - использование новых методов изучения природных условий и ресурсов, основанных на применении аэрокосмического зондирования Земли и др.
 - использование ГИС- и Интернет-технологий для информационно-картографического обеспечения работ по проектированию туристско-рекреационных зон различного иерархического уровня;
 - методологические аспекты обоснования моделей устойчивого развития туризма и рекреации на основе сохранения природного и этнокультурного наследия территорий;
 - научно-методическое обоснование создания региональных и муниципальных туристско-рекреационных кластеров;
 - проблемы развития экотуризма в национальных парках, ООПТ и способы их решения в условиях специфических природных экосистем Карелии и Мурманской области.
4. Обсудить вопросы, связанные с государственной и муниципальной политикой в сфере туризма и развитием местных дестинаций.
- В соответствии с данной задачей на круглом столе «Особенности управления развитием туристских дестинаций на уровне местного самоуправления» рассмотрены следующие вопросы:
- институциональные особенности развития туризма на муниципальном уровне; нормативно-правовое обеспечение развития туризма на уровне муниципальных образований, разделение региональных и муниципальных полномочий;
 - теория и практика социально-экономического и территориального планирования на муниципальном уровне в аспекте развития туризма: стратегии и программы социально-экономического развития муниципальных образований, программы развития туризма, схемы территориального планирования;
 - взаимодействие исполнительных органов государственной власти субъектов РФ и органов местного самоуправления по развитию туризма и создание благоприятных условий для привлечения инвестиций в формирование инфраструктуры туризма;
 - стимулирование инвестиционной активности в сфере туризма на муниципальном уровне (формирование инвестиционных площадок, упрощение порядка выделения земельных участков, бизнес-планирование и разработка инвестиционных проектов, информационная поддержка инвестиционных проектов);
 - землепользование при формировании инвестиционных площадок для реализации проектов туристской направленности в муниципальных образованиях;
 - формирование партнерских отношений между властью и бизнесом в процессе создания местных туристских дестинаций, в том числе с использованием ГЧП, муниципальных заказов и др.; развитие социального партнерства;
 - межмуниципальное сотрудничество в рамках проектной деятельности, связанной со строительством объектов инфраструктуры туризма и развитием сопутствующих отраслей;
 - практика развития и продвижения туристских дестинаций муниципальных образований. Международные проекты в сфере туризма.
5. Обсудить вопросы, связанные с управлением процессами формирования и развития культурно-исторических дестинаций и повышением их роли в социально-экономическом развитии территорий.
- В соответствии с данной задачей на круглом столе «Проблемы функционирования и сохранения крупных туристских центров как объектов культурно-исторического наследия мирового значения» рассмотрены следующие вопросы:

- роль государства в развитии туристских центров на базе объектов культурно-исторического наследия и вовлечение их в экономический оборот региона: правовой и экономический (в части стратегического планирования) инструментарий;
 - менеджмент и маркетинг туристских центров на базе объектов культурно-исторического наследия в новых экономических условиях: теория и практика на примере федеральных, региональных и муниципальных музеев;
 - привлечение инвестиций, в том числе на основе использования механизмов ГЧП, для сохранения памятников истории и культуры и развития туристско-экскурсионной и общественной инфраструктуры региона;
 - установление и развитие партнерских отношений туристских центров на базе объектов культурно-исторического наследия с администрациями местного самоуправления и НКО (занятость населения, развитие инфраструктуры территории, развитие среднего и малого предпринимательства в туризме и смежных сферах услуг, народные промыслы, решение экологических проблем и др.);
 - особенности развития музеев и музеев-заповедников Республики Карелия, Московской и Архангельской областей;
 - использование и охрана природно-исторических объектов мирового значения под открытым небом, роль ученых в открытии, изучении и сохранении петроглифов, практика проектного международного сотрудничества;
 - развитие культурной индустрии и сетевых технологий.
6. Обсудить вопросы, связанные со сменой теоретико-методологической парадигмы в развитии туристского образования и введением понятия «туристская дестинация», проанализировать практику и возможности использования европейского опыта в подготовке кадров для индустрии туризма с учетом интересов работодателя.
- В соответствии с данной задачей на круглом столе «Изменения в системе подготовки кадров с ориентацией на требования современного развития туристской индустрии» рассмотрены следующие вопросы:
- особенности государственных и негосударственных образовательных услуг в процессе «непрерывного образования» в сфере туризма и сервиса;
 - управление качеством учебного процесса в образовательном учреждении;
 - развитие форм партнерства в решении проблем профессиональной подготовки кадров в соответствии с современными требованиями развития туристской индустрии.
7. Обсудить методические и нормативно-правовые вопросы развития туристской санаторно-оздоровительной дестинации в регионе.
- В соответствии с данной задачей на круглом столе «Специфика организации курортно-оздоровительного туризма и его влияние на экономику региона» рассмотрены следующие вопросы:
- роль государственной политики и инструменты развития курортно-оздоровительного туризма в России;
 - особенности развития курортно-оздоровительного туризма в регионе:
 - специализация санаторно-курортных учреждений, спектр оказываемых услуг;
 - отдых и лечение семей с детьми (спрос, возможности и перспективы);
 - отдых и лечение отдельных категорий граждан (дети, инвалиды, беременные женщины, участники военных действий, ликвидаторы техногенных и стихийных катастроф и др.);
 - состояние и развитие инфраструктуры курортно-оздоровительных предприятий (проблемы, возможности, перспективы);
 - маркетинговые технологии по продвижению санаторно-оздоровительных услуг и менеджмент санаторно-курортного обслуживания, методы повышения конкурентоспособности учреждений курортно-оздоровительной специализации;
 - градообразующие функции курортно-оздоровительных предприятий и партнерство с местными органами управления по развитию территорий муниципальных образований;
 - внедрение национальных и международных стандартов менеджмента качества и позиционирование региональных санаторно-оздоровительных дестинаций в системе мировых курортных брендов.
8. Издать сборник научных статей по тематике конференции.
9. Выработать по итогам конференции рекомендации для органов управления с целью оптимизации процессов развития туристской индустрии в регионах и муниципальных образованиях РФ.
10. Представить инвесторам ряд инвестиционных предложений муниципальных образований Республики Карелия в сфере туризма.

Для решения поставленных задач к участию в конференции были приглашены учёные и специалисты Республики Карелия и других регионов России – Москвы и Московской области, Санкт-Петербурга и Ленинградской области, г. Архангельска и Архангельской области, г. Твери и Тверской области, г. Апатиты Мур-

манской области, гг. Вологды, Екатеринбург, Махачкалы, Мурманска, Нижнего Новгорода, Пскова, Рязани, Уфы, Ярославля.

В работе Оргкомитета и конференции участвовали академик РАН, профессор, ген. директор ФГУ «Российский научный центр восстановительной медицины и курортологии Минздрава России» А.Н. Разумов, член-корреспондент РАН, профессор, председатель Карельского научного центра РАН А.Ф. Титов, член-корреспондент РАН, профессор, директор Института водных проблем Севера Карельского научного центра РАН Н.Н. Филатов.

В конференции приняли участие ученые, преподаватели и аспиранты:

- ИЭ, ИВПС, ИГ, ИБ, ИЯЛИ Карельского научного центра РАН;
- ИСЭРТ РАН (г. Вологда), ИЭП Кольского НЦ РАН, ИСЭИ Уфимского НЦ РАН, Института экономики РАН;
- РМАТ, БАТИП, РГУТиС, СГУТиКД, ГУСЭ;
- ДВГТУ, МГУ, ПетрГУ, РЭА им. Г.В. Плеханова, РГГУ, СПбАУЭ, СПбГУ-ВШЭ, СПбГУЭФ, СПбГУ, СПБИГ, ЯГПУ и др. образовательных учреждений.

Конференция имела международный статус, на ней присутствовали зарубежные специалисты из Австрии, Финляндии и Эстонии. Результаты научных изысканий представляли финские ученые из Центра исследований туризма Университета Восточной Финляндии, Департамента по образованию и научным исследованиям Университета г. Оулу, Университета прикладных исследований Миккели г. Савонлина, Образовательного центра Северо-Восточной Финляндии.

На конференции заслушаны доклады руководителей федеральных структур управления: Департамента туристской деятельности и международного сотрудничества Министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ, Управления анализа и организации гостиничной и туристской деятельности Федерального агентства по туризму Минспорттуризма РФ, Торгово-промышленной палаты РФ; представителей исполнительной власти субъектов РФ; глав и руководителей структурных подразделений муниципальных образований субъектов РФ, представителей бизнеса, международных консалтинговых организаций и неправительственных образовательных – РСТ, МОО Национальная академия туризма, природоохранных организаций, Национальной курортной ассоциации, Ассоциации курортов СЗ и др.

Конференция проводилась в форме пленарного заседания (2 сессии), круглых столов (6), мастер-классов (3), семинаров (2) и «бизнес-завтрака для инвесторов».

В работе конференции приняли участие 276 человек, заслушано 18 докладов на пленарных сессиях и 74 выступления на круглых столах.

Конференция носила междисциплинарный научно-прикладной характер.

В Карелии впервые рассматривались перспективы социально-экономического развития территорий на основе туристской специализации с точки зрения ученых, представителей управления, общественности и бизнеса.

Решение конференции:

1. Оргкомитету конференции совместно с инициативной группой ученых обратиться в Правительство Российской Федерации с рекомендациями по корректировке и разработке нормативно-правовых документов:
 - о внесении корректировки в Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (Постановление от 6 ноября 2001 г. N 454-ст Госкомитет РФ по стандартизации и метрологии «О принятии и введении в действие ОКВЭД») с целью выделения отдельным кодом экономической деятельности, связанной с туризмом (внедрение в рамках системы национального счетоводства спутниковых счетов в сфере туризма);
 - о роли государства в управлении процессами развития частного бизнеса в туристской сфере на региональном и местном уровнях (в части распределения полномочий);
 - о развитии государственно-частного партнерства (внедрение новых форм и методов участия государства в государственно-частном партнерстве в интересах развития туризма в регионе).
2. Отметить возросшую роль государственного управления по созданию институциональных и организационных условий в сфере туристской индустрии и необходимость совершенствования нормативно-правового, методического и информационного его обеспечения. В связи с этим рекомендовать Министерству спорта, туризма и молодежной политики РФ, Федеральному агентству по туризму совместно с профильными органами государственной власти субъектов РФ активизировать работу по совершенствованию проектного управления развитием туризма в соответствии с требованиями рыночной экономики:
 - по разработке методических рекомендаций для формирования концепций и среднесрочных целевых программ развития туризма в субъектах РФ;
 - по совершенствованию методологии экономического анализа и оценки эффективности комплексного использования туристско-рекреационного потенциала территорий, в том числе с учетом разделения на экономически активные и потенциально активные зоны;

- по совершенствованию методик мониторинга развития туризма (в регионах и на отдельных территориях);
 - по совершенствованию методологии туристско-рекреационного районирования с целью оценки конкурентоспособности территории (в т.ч. определения инвестиционной привлекательности объектов туристской сферы) и определения очередности освоения в средне- и долгосрочном периоде;
 - по расширению льготного налогообложения, предоставлению государственных гарантий под инвестиции, освобождению от таможенных пошлин техники, оборудования (в т.ч. материалов) туристского назначения, не производимого в стране и др. (вести работу по лоббированию) с целью улучшения инвестиционно-предпринимательского климата в сфере туризма.
3. Рекомендовать субъектам РФ принять региональные нормативно-правовые законодательные акты, направленные на поддержку туризма и гостеприимства:
 - концепцию развития туризма;
 - закон о туризме и туристской индустрии;
 - закон о государственно-частном партнерстве в сфере развития туризма.
 4. Рекомендовать администрациям муниципальных образований в соответствии с положениями Федеральных законов от 6 октября 2003 года N 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» и от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»:
 - формировать в администрациях муниципальных образований инфраструктуру (информационные центры, гостиницы и гостевые дома, информационное сопровождение транспорта, стенды-путеводители и др.), поддерживающую организацию и пропаганду туристской деятельности в городских и сельских поселениях;
 - разрабатывать Схемы территориального развития и Генпланов с учетом возможностей капитализации памятников истории, архитектуры, искусства и промыслов (включение в экономическую жизнь);
 - разрабатывать в партнерстве с бизнесом и НКО программы, планы и отдельные проекты развития туризма на территории муниципальных образований с обязательным их включением в соответствующие разделы региональных программ социально-экономического развития;
 - разрабатывать, публично обсуждать и принимать муниципальные правовые акты, способствующие развитию туризма с привлечением различных субъектов хозяйствования в данный сектор (средний и малый бизнес, домохозяйства с целью оказания индивидуальных услуг по договорам подряда и др.);
 - в бюджетах муниципальных образований выделить отдельной строкой необходимые средства на «развитие инфраструктуры туризма»;
 - разработать и дополнить систему показателей оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов (Указ Президента РФ от 28.04.2008 г. № 607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов») показателями, характеризующими развитие туризма в МО.
 5. Обратить внимание администраций муниципальных образований на решение следующих вопросов:
 - организацию рационального землепользования;
 - развитие сельских поселений за счет туристской деятельности (сохранение сельского уклада жизни в регионах России);
 - подготовку юридически оформленных инвестиционных площадок для размещения объектов инфраструктуры туризма в целях активизации инвестиционной деятельности (опыт Республики Карелия);
 - разработку и реализацию туристских проектов на основе межмуниципального сотрудничества;
 - развитие кооперации в сфере туристского бизнеса;
 - развитие ТОСов как формы организации местного самоуправления для решения социальных проблем в сельской местности и активности малого предпринимательства в туризме.
 6. Рекомендовать Правительствам субъектов РФ разрабатывать концепции экономической политики с учетом доходов бюджета за счет использования туристско-рекреационных ресурсов и считать необходимым:
 - создание в структуре исполнительной власти органа управления по развитию туризма в регионе;
 - развитие элементов современной инфраструктуры в сфере туризма (прямые и портфельные инвестиции, аукционы и ярмарки, информационные технологии, системы страхования рисков, информа-

- ционные агентства, выставочные комплексы; система образования, консалтинговые фирмы; аудиторские центры и экспертные компании, общественные и государственно-общественные фонды);
- формирование системы менеджмента качества в соответствии с международными стандартами ISO и ужесточение стандартов качества в России;
 - содействие со стороны региональных органов исполнительной власти активизации процессов кооперации экономических субъектов, позволяющей оптимизировать потоки туристов за счет использования возможностей самих экономических агентов;
 - определение тематики НИР, направленной на развитие региональной туристической индустрии;
 - использование при принятии решений по вопросам развития туристической индустрии и гостеприимства в регионе рекомендаций профильных НКО (Агентства по туризму, Ассоциации туристских организаций, Союзы туристической индустрии и др.).
7. Выразить обеспокоенность слабым продвижением инвестиционных проектов муниципальных образований Республики Карелия в сфере туризма. Рекомендовать Правительству Республики Карелия обратить внимание на пакет инвестиционных планов, скомплектованных при подготовке к конференции, связанных с рациональным использованием туристско-рекреационных ресурсов и развитием территориальных образований Карелии.
 8. Рекомендовать Законодательному Собранию Республики Карелия создать Комитет по вопросам развития туризма и гостеприимства.
 9. Рекомендовать Главе Республики Карелия инициировать обсуждение в региональных средствах массовой информации «Генеральной схемы размещения капитальных объектов и инфраструктуры туризма Республики Карелия», разработанной учеными и представителями органов управления на основе оценки туристско-рекреационных ресурсов Карелии, и ее использование.
 10. В части дальнейшей реализации проектных предложений «Генеральной схемы размещения капитальных объектов и инфраструктуры туризма Республики Карелия» предлагаются следующие мероприятия:

На первом этапе – разработка проектов планировки и проектов межевания на территории 7 участков зон, приоритетных для туристического освоения, обозначенных в проекте Генсхемы:

 - Центральная зона – участки в д. Типиницы, Кондобережская, Яндома (Медвежьегорский муниципальный район); участок въездной зоны в районе поселения Великая Губа;
 - Приладожская зона – о. Пеллотсаари, Карпонсаари (Сортавальский муниципальный район);
 - Пяозерская зона – участок в районе горы Пяйнур (Лоухский муниципальный район);

На втором этапе – разработка эскизов планировки на 26 участках, потенциально интересных инвестору и выделенных в Генсхеме.
 11. Рекомендовать Министерству строительства и экономического развития Республики Карелия для целей эффективного муниципального управления реализовать технический проект «Декомпозиция Генеральной схемы размещения капитальных объектов и инфраструктуры туризма Республики Карелия по муниципальным образованиям уровня «поселение».
 12. Рекомендовать органам местного самоуправления Республики Карелия при разработке схем территориального планирования и генпланов муниципальных образований использовать материалы Генеральной схемы размещения капитальных объектов и инфраструктуры туризма в Республике Карелия, активнее предлагать к включению в Генсхему новых участков для размещения объектов инфраструктуры туризма.
 13. Рекомендовать Правительству Республики Карелия разработать республиканскую программу «Развитие туризма в Республике Карелия на 2011–2015 гг.» с учетом использования инновационных технологий в проектах связанных, с капитализацией туристско-рекреационного потенциала.
 14. Рекомендовать Министерству культуры Российской Федерации:
 - ускорить работы по завершению формирования пакета нормативно-правовых документов в сфере сохранения и использования объектов культурного наследия;
 - внести предложения по изменению и дополнению в Федеральную целевую программу «Культура России» в части введения новых разделов, предусматривающих поддержку проектов ГЧП и культурных индустрий;
 - разработать типовое концессионное соглашение между собственником и арендатором (использование объектов культурного наследия в туризме);
 - предложить методические рекомендации по разработке региональных программ «Реализация проектов ГЧП в сфере культуры».

15. Рекомендовать Министерству культуры и экономического развития Республики Карелия, органам местного самоуправления способствовать развитию взаимодействия учреждений культуры (в первую очередь музеев) с туристскими фирмами по использованию ресурсов этих учреждений (объектов культурного наследия, ресурсов материальной и нематериальной культуры, традиционных промыслов и ремесел) с целью формирования местных дестинаций.
16. Законодательному Собранию Республики Карелия рекомендовать разработать правовые положения и регламентирующие документы по развитию туризма на базе объектов природного и культурно-исторического наследия, в частности:
 - положение об обязательном рассмотрении в соответствующих республиканских органах власти (Министерства: экономического развития, культуры, природопользования и экологии; Госкомитет по вопросам национальной политики, связям с общественными и религиозными объединениями); органах местного самоуправления; на общественных слушаниях (собрания граждан; национально-культурные автономии и общества: карельские, вепсские, северорусские, возможно – образований некоренных народов; общества охраны памятников); на собраниях трудовых коллективов профильных организаций (музеи, научные подразделения, ВУЗы и т.д.) всех поступающих заявок от субъектов деятельности на приобретение/аренду земельных участков, на территории которых (или в непосредственной связи, территориальной близости) находятся зарегистрированные или предлагаемые к постановке на государственный учет объекты данных категорий;
 - положение о статусе земель рекреационного пользования;
 - подготовить Закон Республики Карелия (или единый пакет соответствующих подзаконных актов и регламентов) по использованию объектов природного и культурного наследия на основе национальных особенностей коренных народов Карелии и развитию на этой базе всех форм туризма (в т.ч. по созданию и поддержке материальной базы);
 - положение о едином реестре туристских ресурсов Республики Карелия.
17. Министерству экономического развития Республики Карелия для более эффективного развития туризма на базе объектов природного и культурно-исторического наследия рекомендовать:
 - на основе единого реестра туристских ресурсов Республики Карелия провести работу по объединению части из них в туристские микрокластеры в рамках более масштабных дестинаций (туристских зон);
 - организовать ежегодный конкурс на обустройство таких объектов с точки зрения развития туризма и инфраструктуры с обязательным соблюдением охранительных мер, с обеспечением гарантированных преференций (налоговые льготы, организационная и финансовая поддержка);
 - подготовить совместно с Министерством культуры Республики Карелия пакет конкретных инвестиционных контрактов по использованию объектов культурного наследия, находящихся в собственности Республики Карелия;
 - предусмотреть ответственность (в т.ч. материальную, и с возможными штрафными санкциями) за неправомерное использование/неосвоение (туристское) объектов и нарушение принятых обязательств;
 - разработать типовую форму договора на разработку/проектирование и использование кластерной территории, с фиксированием в нормативной форме обязательств обеих сторон (базовые основы).
18. Рекомендовать Главе Республики Карелия оказать содействие по разработке и реализации Плана управления объектом Всемирного наследия «Кижский погост (Россия С 544)».
19. Рекомендовать Главе Республики Карелия создать и возглавить Совет по разработке Концепции и Плана управления развитием культурно-исторической дестинации «Валаам». В рамках Плана управления отразить решения по следующим вопросам:
 - разработать научную методику расчета антропогенной нагрузки на экосистемы Валаамского архипелага. При разработке методики учесть опыт работы Паломнической службы Валаамского монастыря, ведущих туроператоров, природоохранных и природопользовательских структур, научных организаций;
 - пересмотреть Положение о Природном парке «Валаамский архипелаг» в целях повышения эффективности его природоохранной деятельности, в т.ч.:
 - определить допустимые на Валаамском архипелаге виды деятельности по обслуживанию туристов и паломников;
 - решить вопрос о целесообразности размещения на Валаамском архипелаге туристических палаточных лагерей;
 - в целях повышения экспозиционной привлекательности и экспозиционной целостности Валаама предусмотреть запретительные меры по отношению к палаточной и лоточной торговле;

- при составлении перспективных планов развития Валаама привлекать к обсуждению стратегических и тактических вопросов священноначалие Русской Православной Церкви, ведущих деятелей науки, культуры и искусства для получения полной, всесторонней и объективной информации.
20. Усилить контроль правоохранительных и административных органов за применением уже существующих законов и распоряжений (РФ и РК) в части нарушений при отводе земельных участков, создании новых (в частности, горнодобывающих и горноперерабатывающих) предприятий, ориентированных на использование природных, культурных и национальных ресурсов Республики Карелия.
 21. Внести изменения в уставы структурных подразделений РАН, позволяющие осуществлять приносящую доход деятельность научным музеям системы РАН.
 22. Рекомендовать Министерству здравоохранения и социального развития Российской Федерации:
 - представить предложения соответствующим министерствам РФ о льготном режиме функционирования санаторно-курортных учреждений социальной направленности (налогов, тарифов, кредитов);
 - совместно с Министерством спорта, туризма и молодежной политики РФ и Федеральным агентством по туризму подготовить методические рекомендации по поддержке развития региональных санаторно-курортных дестинаций и учесть данные предложения при корректировке и разработке федеральных целевых программ, связанных с обеспечением граждан РФ санаторно-курортной медицинской помощью;
 - разработать механизм по обеспечению доступности качественных оздоровительных услуг для населения различных возрастных категорий в сфере санаторно-курортного лечения.
 23. Обратить внимание научно-исследовательских и образовательных учреждений Северо-Западного федерального округа на необходимость:
 - разработки теоретико-методологических аспектов и методического инструментария управления туризмом в регионах;
 - укрепления сотрудничества с аналогичными организациями Финляндии, Швеции и Норвегии для реализации совместных проектов (в т.ч. подготовки кадров посредством обмена преподавателями, аспирантами, студентами, стажерами; проведения конференций, семинаров и др.), обеспечивающих трансферт лучших практик и способствующих эффективному развитию индустрии туризма.
 24. Рекомендовать общественным организациям туристского бизнес-сообщества (РСТб, АТОР и др.) оказывать содействие в проведении ежегодной рейтинговой оценки выпускников туристских вузов, ссузов и представлять результаты рейтинга на своих сайтах и сайтах Ростуризма, Рособнадзора и Минобрнауки.
 25. Министерству экономического развития Республики Карелия, Министерству труда и занятости Республики Карелия и Министерству образования Республики Карелия, руководителям образовательных учреждений туристской специализации Республики Карелия рекомендовать:
 - содействовать развитию материально-технической базы системы подготовки и переподготовки кадров с учетом потребностей региональной туристской дестинации на основе дополнительного образования;
 - организовать систему повышения квалификации профессорско-преподавательского состава в образовательных учреждениях туристской направленности (в т.ч. стажировки в ведущих отечественных и зарубежных учебных заведениях и предприятиях туристской индустрии);
 - обеспечить целевое государственное софинансирование с учетом налоговых льгот для туристского бизнеса, а также подготовку профессиональных кадров из числа местных жителей (развитие сельских видов туризма);
 - формировать госзаказ на подготовку кадров для туризма и гостеприимства;
 - создавать условия для развития консалтинговых услуг в туризме.
 26. В целях развития индустрии туризма и формирования новых туристских дестинаций в Республике Карелия рекомендуем Институту экономики Карельского НЦ РАН совместно с Карельским институтом туризма – филиалом РМАТ провести научно-исследовательскую работу, связанную с подготовкой профессиональных туристских кадров среднего и высшего звена на перспективу (25 лет).
 27. Обратить внимание Президиума Карельского научного центра РАН:
 - на необходимость стимулирования совместного выполнения НИР институтами-подразделениями Карельского научного центра по вопросам разработки проектов в сфере туризма (с обязательным социально-экономическим обоснованием их внедрения);
 - на целесообразность расширения в научно-исследовательской деятельности Институты тематики, связанной с туризмом и гостеприимством, туризмом и культурно-историческим наследием и, в ча-

стности, тем по «формированию» ценовой политики региональных туристских продуктов и качестве предоставляемых услуг с целью повышения их конкурентоспособности.

28. По итогам конференции можно утверждать, что наблюдается тенденция усиления роли Северо-Западного федерального округа как центра международного экономического взаимодействия в сфере туризма. Необходимо закрепить эту позитивную тенденцию, придать ей устойчивый характер, подключив общественные организации и фонды.
29. Рекомендовать Министерству спорта, туризма и молодежной политики РФ считать опыт Республики Карелия по разработке отраслевой схемы территориального планирования «Генеральная схема размещения объектов и инфраструктуры туризма в Республики Карелия» положительным и рекомендовать введение разработки аналогичных документов в правовую практику развития региональных туристских дестинаций.
30. Материалы конференции разместить на сайтах Правительства Республики Карелия и Института экономики Карельского научного центра РАН, издать отдельным сборником под общей редакцией оргкомитета конференции.
31. Признать проведение конференции с использованием новых форм организации (сессии пленарного заседания, круглые столы, бизнес-завтрак и др.) успешным и считать целесообразным конференции такого уровня проводить в Республике Карелия один раз в два года.

Оргкомитет конференции «РОЛЬ ТУРИЗМА В МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ» благодарит за участие в ее организации: Правительство Республики Карелия, Институт экономики Карельского научного центра РАН, Карельский научный центр РАН, Выставочное агентство «Еврофорум», ООО «Интурист-Петрозаводск».

Принято при обсуждении итогов конференции
Кондопога–Петрозаводск, 7-10.06.10 г.

ИНСТРУМЕНТЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПО РАЗВИТИЮ ТУРИНДУСТРИИ В РЕГИОНЕ

УДК 338.48«2010/2020»(470.22)

Шишкин А.И.
Шишкин А.А.

ТУРИЗМ В СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ КАРЕЛИЯ НА ПЕРИОД ДО 2020 ГОДА

Туризм является отраслью производства услуг в регионе и фактором социально-экономического развития территории, требует системного и комплексного подхода к планированию региона. Туризм, помимо прямого эффекта в виде создания рабочих мест, развития предпринимательства и бюджетных доходов, привносит дополнительный толчок к развитию смежных отраслей. Важным инструментом становится его встраивание в систему стратегического планирования и управления регионом. Статья посвящена вопросам планирования в регионе, роли туризма в социально-экономическом развитии Карелии.

Shishkin A.I., Shishkin A.A. Tourism in the Karelian Development Strategy 2020

The tourism development as not just one of the economical sectors in the regional economy but as a part of the complete and complicated economical complex demands a systematical and complex approach to its planning and development. Besides the direct impact on the regional economy through the employment, enterprise development and budget effect, tourism brings an additional impact on the related sectors. Introducing the tourism into the regional strategic planning system becomes an important instrument. The article is dedicated to the issues of complex tourism development in the region, its role in the regional social-economical development and main methodological approaches by example of Karelia.

Ситуация

С 1998 г. в Республике Карелия управление процессами развития со стороны законодательной (парламента) и исполнительной власти осуществляется в рамках принятой Концепции социально-экономического развития «Возрождение Карелии» с постоянным (ежегодным – в марте – отчетом на активе республики) мониторингом. В связи с принятием нового Строительного кодекса РФ и активного внедрения проектного метода управления инвестиционными процессами Главой Республики Карелия принято решение о разработке системы долгосрочного планирования в регионе.

Методологический подход

1. Концепция как политический документ власти (доктрина Главы Республики Карелия).
2. Стратегия как документ, определяющий цель и условия для её достижения.
3. Программы как инструмент достижения цели, инструмент выполнения планов.
4. В большей степени опора на влияние извне (внешнее позиционирование).
5. Решение проблемы недостающих ресурсов: не из актуальной ситуации, а из будущего.
6. Признание не только объективных, но и субъективных предпосылок успеха.
7. Организация работы на проблемы сегодняшнего дня «Будущего».
8. Устремление в будущее – это «насос», обеспечивающий притягательность именно данной территории (как узла сети международных и российских связей).

В рамках новой парадигмы «Ни государство, ни бизнес, ни общественность не смогут в одиночку обеспечить развитие экономики региона, преодолеть социальные конфликты» принято 3 аксиомы:

1. Мы приобретаем, а не продаем!

Традиционная «продажа (маркетинг) территории» отпадает, за исключением распродажи природных ресурсов, пока они есть.

Привлечение ресурсов извне – это суть сетевой структуры, именно это облегчает завоевание новых позиций (встраивание в сеть).

Так как мы приобретаем, то мы идем, а не ждем, когда к нам придут.

2. Гражданское сообщество значительно более заинтересовано в развитии территории, чем элитная прослойка, скорее ориентированная на сохранение Status quo.

3. Категория «Будущее» как стратегический приоритет оказывается реальным двигателем только при поддержке «снизу» (в гражданском сообществе).

Республика Карелия расположена на Северо-Западе Российской Федерации и занимает приграничное географическое положение:

- Территория – 180,5 тыс. кв. км (1 % территории РФ), максимальная протяженность (км): с севера на юг – 660, с запада на восток – 424.

- Республика Карелия входит в состав Северо-Западного федерального округа РФ, по ее территории проходит наиболее протяженная, более 700 км, сухопутная граница России с Финляндией, членом Европейского Союза.

- По состоянию на 2009 г. общая численность населения Карелии составила 684,2 тыс. чел. Средняя плотность населения – 3,9 чел./кв. км.

На западе территория Республики Карелия граничит с Финляндией, на юге – с Ленинградской и Вологодской областями, на востоке – с Архангельской областью, на севере – с Мурманской областью. На северо-востоке территория омывается Белым морем. С юга Карелия омывается двумя крупнейшими европейскими озерами – Ладожским и Онежским. Всего в Карелии насчитывается 61 тыс. озер и 23 тыс. рек. Западная граница Карелии совпадает с государственной границей России и Финляндии и имеет протяженность 723 км. Расстояние от столицы Республики Карелия – г. Петрозаводска до Москвы составляет 925 км, до Санкт-Петербурга – 401 км, до Мурманска – 1050 км, до Хельсинки – 703 км.

Республика Карелия входит в состав Северного экономического района России. Ее географическое и геополитическое положение можно рассматривать как уникальное, способствующее развитию как внутренних, так и внешних связей.

Республика Карелия обладает природными богатствами. Развитие экономики республики связано с освоением этих богатств. При доле численности населения 0,5 % от населения России на долю республики приходится 21,6 % объемов российского производства железорудных окатышей, 31,6 % газетной бумаги, 3,5 % целлюлозы товарной, 55,9 % бумажных мешков, 6,3 % вывозки древесины, 4,1 % пиломатериалов. В промышленности значительный удельный вес занимают лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная отрасли (41,2 %), черная металлургия (18 %) и электроэнергетика (14,8 %).

Лесопромышленный и горнодобывающий комплексы являются ведущими в промышленности республики. Правительством республики взят курс на глубокую переработку леса и на технологическую модернизацию промышленных производств. Важнейшая стратегическая задача заключается в повышении инвестиционного потенциала региона.

Позиционирование региона

Сложившуюся ситуацию в социально-экономической сфере Карелии и ее конкурентные преимущества следует рассматривать в контексте формирования геополитического и геоэкономического региона Северо-Европейской оси, факторов внешнего рынка, прежде всего, связанных с вступлением в ВТО.

Приграничное положение, возрастание контактной функции границы и развитие международных транспортных коридоров дают региону серьезные перспективы развития.

Во внешней политике Европейского Союза большую роль играют приграничные регионы, которые рассматриваются как своеобразный мост через границы. Целями приграничного сотрудничества на внешних границах ЕС являются устранение преград, связанных с пересечением границ, укрепление экономического, социального и культурного сотрудничества, уменьшение экологических проблем и решение вопросов, связанных с безопасностью предпринимательства и туризма.

В соответствии с правительственной стратегией Финляндии по сотрудничеству с сопредельными регионами «От содействия к партнерству» в национальные интересы Финляндии входит задача развития сотрудничества с Карелией.

Подавляющая часть производимой карельской древесины поступает в Финляндию, которая далее в переработанном виде идет в Европу. Финляндия обеспечила себе сырьевую базу (закупает около 20 % от всего объема российского экспорта древесного сырья), и ее экономический интерес заключается в том, чтобы удержать эту базу.

Сегодня специализацию экономики Республики Карелия в системе международного разделения труда определяет товарная структура экспорта (поставки в 37 стран), который в основном и формирует внешне-торговый оборот республики. Импортные поставки (из 24 стран) занимают примерно пятую часть в общем объеме внешнеторгового оборота. Более 60 % в товарной структуре экспорта Республики Карелия занимает продукция целлюлозно-бумажной, лесной и деревообрабатывающей промышленности. Значительную долю экспортной продукции лесного комплекса составляют деловая древесина и пиломатериалы, т.е. продукция низкого передела с небольшой добавленной стоимостью. Около 30 % экспорта приходится на древесину необработанную, железорудные окатыши и металлы. В структуре экспорта ЦБП преобладает доля бумаги, картона и изделий из них (более 90 %, при этом газетная бумага – около 70 %). Треть экспорта приходится на Финляндию, куда в основном поставляются древесина, железорудные окатыши, бумага и картон.

Импорт имеет техническую направленность. Так около 50 % импорта – это машиностроительная продукция: машины и промышленное оборудование, электрооборудование, транспортные средства. Ведущей страной-импортером машин и промышленного оборудования является Финляндия (более 50 %), также Германия и Швеция, электрооборудования – Финляндия (около 70 %) и Китай, грузовых автомобилей – Финляндия, Германия, Швеция.

Основной составляющей экспорта услуг являются транспортные услуги и туристские услуги.

Развитие экономического сотрудничества и торговли приграничных регионов России с Финляндией в ближайшие годы будет увеличиваться. На это однозначно ориентирует «Торгово-экономическая стратегия Финляндии по отношению к России». Согласно данному документу Россия в ближайшие годы становится «основным двигателем экономического роста Финляндии». Партнерство с Россией выступает в качестве главной внешнеэкономической цели, однако это пока не сказывается на величине притока инвестиций на территорию республики. Финляндия позиционирует себя как деловой офис, посредник между российским и европейским бизнесом, забирающий основную долю добавленной стоимости. Роль Карелии как форпоста в качестве административного центра при этом значительно возрастает.

О видении европейских стран по отношению к Карелии говорит и преимущественная целевая направленность европейских инвестиций в развитие нижних и средних технологических этажей производств, характеризующихся незначительной добавленной стоимостью. В качестве примеров можно назвать развитие лесозаготовительной и деревообрабатывающей базы шведского концерна IKEA в Карелии, создание и развитие производства электрооборудования для автомобилей – ООО «Кархакос», концерн PKC Group, Финляндия.

Республика вносит весомый вклад в пополнение валютных запасов России, укрепление рубля, снижение инфляции. Две трети продукции промышленных предприятий поставляются на экспорт. В 2009 г. экспорт республики составил более 800 млн долларов США. По сравнению с 1990 г. в 2007 г. увеличился экспорт бумаги (в 3 раза), алюминия, целлюлозы (в 25 раз), необработанных лесоматериалов (в 4,5 раза), железорудных окатышей (в 5 раз). Влияние приграничного положения видно по очень высокой доле экспорта в Финляндию, в которую вывозится примерно треть производимой в РК промышленной продукции.

Используя свое географическое положение, республика выступает активным участником международного сотрудничества. В 2000 г. учрежден Еврорегион «Карелия», объединяющий Республику Карелия и три сопредельных союза коммун Финляндии. К настоящему времени заключены двухсторонние договоры о сотрудничестве с губерниями Оулу (Финляндия), Вестерботтен (Швеция), Тромс (Норвегия), со штатом Вермонт (США) и с префектурой Илия (Греция). Отдельным направлением является сотрудничество с Северными Странами.

Политика «открытых дверей» привела к тому, что в Карелии сегодня работают такие крупные российские компании и инвесторы, как холдинги ОАО «СУАЛ-Холдинг», ОАО «Северсталь», РАО «Газпром», РАО «Российские железные дороги», Северо-Западный банк Сбербанка России и ряд других. Сравнивая два этапа: 1998-2001 гг. и 2002-2005 гг., можно увидеть, что объем инвестиций в экономику республики увеличился более чем в 2 раза. Крупнейший из стартовавших в 2005 г. инвестиционных проектов в области туризма – начало строительства в Петрозаводске 4-х звездочного гостиничного комплекса «Онега-Палас».

Общий объем инвестиций в основной капитал по Республике Карелия в 2007 г. оценивается более 16 млрд руб.

Негативные тенденции

Демографическая ситуация. Население республики постепенно сокращается. Основным фактором сокращения численности населения Республики Карелия явилась естественная убыль населения, связанная с ростом смертности и малой рождаемостью. Происходит процесс старения населения, изменяется соотношение между работающим населением, пенсионерами и детьми. На Севере Карелии этот процесс имеет угрожающий тренд. Другим принципиальным изменением в демографической ситуации является изменение соотношения между количеством населения, входящим в активную жизнь и количеством населения, выходящим на пенсию. Пенсионная нагрузка постоянно увеличивается. Для сохранения приемлемой пенсионной нагрузки потребуется обеспечить рост производительности труда к 2020 г. не менее чем в 4 раза.

Данное обстоятельство определяет актуальность перехода на инновационный этап развития республиканской экономики.

В документах Евросоюза основными условиями конкурентоспособности территорий названы человеческий капитал, инфраструктура и инновации (имеющие значение в смысле «экономики знаний»). Поэтому в силу своего приграничного положения и необходимости интеграции в европейское пространство формирование этих условий для республики является приоритетным.

В условиях глобализации культурные и ментальные отличия являются основой конкурентных преимуществ и ценности территории. Развитие человеческого капитала является основой эволюционного развития сообщества республики, включает в себя социальное воспроизводство населения, в том числе следующие виды воспроизводства: демографическое (новых поколений); квалификации и компетенции, духовно-культурное и социальных институтов, в первую очередь образования и науки.

Основа развития

Республика Карелия сможет быть конкурентоспособной только в том случае, если сумеет реализовать планы по сохранению и развитию своих уникальных активов, в первую очередь территориально-, и национально-культурную систему ценностей. Наличие таких активов является определяющим при принятии компаниями и инвесторами решений о размещении бизнеса на территории Карелии. Именно эти активы обеспечивают большую ценность для ключевых карельских групп интересов (власти, бизнеса и населения). При этом ценность уникальных активов определяется эффективностью их использования.

Стратегическим фактором для России является приграничное положение Республики Карелия на северо-западе России. Через Карелию и посредством Финляндии происходит интенсивный процесс сближения России с северо-европейским сообществом. В настоящее время Карелия постепенно становится территорией эффективной интеграции лучшего российского и мирового опыта в области экономики, социальной сферы, охраны окружающей среды на основе взаимовыгодного партнерства и роста эффективности развития территории республики.

Поэтому региональная идентичность Карелии в контексте европейского выбора России выражена идеей «Карелия – передовая зона интеграции».

Потому что на ее территории проживает особая общность с уникальной компетенцией «посредника» между скандинавской и российской культурами (деловой, трудовой, технологической, национальной и т.д.) и действующая в формате «северного измерения»¹. Население республики – это толерантная, образованная, поликультурная северная общность людей, способных выступить в качестве «культурных навигаторов» – посредников.

В 2003 г. Республика Карелия признана Европейским регионом года.

Население Карелии традиционно демонстрирует умение жить в северных суровых условиях в гармонии с природной средой, выражающееся в частности в философии многофункционального экологического Карельского дома (уже формирующийся перспективный бренд) – особой организации жизненного пространства.

Главный ресурс – не природное богатство, а люди, способные к творческой деятельности и генерации новых идей. Поэтому необходимо поддерживать творческие предпринимательские способности народа, создать такие условия для личности, чтобы можно было жить, работать (зарабатывать) и творить. Именно развитие человеческого капитала (образование, культура, здравоохранение, управление, информатизация, гражданское общество) является базой для поиска ответа на сложившиеся вызовы.

В сложившейся системе международного разделения труда через территории приграничных регионов будут отстраиваться коридоры развития, пути от новых источников сырья к грузовым терминалам на железной дороге и в портах к районам глубокой переработки сырья на территории стран Европейского Союза.

В последнее время проявляются тенденции к равноправному сотрудничеству приграничных регионов, к созданию единого инфраструктурного обеспечения приграничных территорий. Большинство инфраструктурных проектов на территории Республики Карелия реализуется в рамках инициатив развития Еврорегиона «Карелия». Отстраиваемая инфраструктура также направлена на стимулирование развития торговых отношений и использование российского потенциала.

В число основных проектов входит «Проект развитие туризма, туристской инфраструктуры, включение российских объектов показа в международные системы туристской логистики».

Остановить негативные процессы и способствовать использованию преимуществ можно только создав конкурентоспособную региональную экономику, которая бы сочетала процесс преодоления демографического кризиса (сохранение национальной территории) с эффективным экономическим развитием (конкурентоспособность территории).

Повышение конкурентоспособности региона предлагается формировать на основе ее встраивания во внешние цепочки создания стоимости и на основе создания собственных цепочек с использованием уникальных естественных конкурентных преимуществ территорий². В Республике Карелия в качестве уникальных естественных конкурентных преимуществ рассматриваются:

– минеральные ресурсы, в частности шунгиты, технологии их использования и переработки с получением высокотехнологичной продукции (фуллеренов и полупроводников, новых строительных и изоляционных материалов, абсорбентов и качественных наполнителей для фильтрационных установок);

– туристско-рекреационные ресурсы – уникальные объекты туристского показа, возможности для развития туризма и их уникальные сочетания (основа для формирования современного туристского комплекса, развития туристской и вспомогательной инфраструктуры);

– лесные ресурсы и недревесная продукция леса (может быть использована для формирования современных конкурентоспособных лесопромышленных кластеров, создания и внедрения технологий лесовосстановления, лесозаготовок, перерабатывающих технологий).

Выполняя роль форпоста, Карелия испытывает на себе изменения рыночной конъюнктуры, товаропотоков. Это требует разработки инструментов (технологий) адаптации к новым условиям и повышения конку-

¹ Карелия – территория с древней историей и культурой (Корела), родина эпоса «Калевала».

² В настоящее время место и роль Республики Карелия в системе международного разделения труда определяется транзитной функцией и сложившейся специализацией, основанной преимущественно на естественных конкурентных преимуществах региона:

– отраслевая специализация: ЛПК (лесозаготовительная, деревообрабатывающая, целлюлозно-бумажная промышленности), черная и цветная металлургия, горнопромышленный комплекс (нерудные стройматериалы), рыбное хозяйство;

– предметная специализация: лесоматериалы необработанные и обработанные, целлюлоза, бумага (крафт-бумага, газетная бумага, бумажная тара), железорудные окатыши, черные металлы и изделия из них, рыба и рыбопродукты (форель), минеральные продукты и сырье для их производства, элементы для деревянного домостроения и мебельного производства, электрооборудование для автомобилей;

– технологическая специализация: лесозаготовки, производство бумаги и целлюлозы, камнедобыча, производство строительных материалов, рыбоводство, цветная и черная металлургия, крупногабаритное машиностроение.

рентоспособности производств. Естественные конкурентные преимущества – это временное преимущество, которое необходимо использовать для создания на его основе искусственных конкурентных преимуществ: за счет мобильности в процессах диверсификации производств, генерации собственных цепочек создания стоимости и инноваций.

Повышение **конкурентоспособности территории** выражается в усилении концентрации капитала. В настоящее время ряд бизнес-групп уже обладает достаточными ресурсами. Однако концентрация собственности неоднородна по секторам экономики и наиболее ярко представлена в стратегически важных отраслях: ЛПК, металлургия, туризм. Для эффективной концентрации собственности и увеличения темпов капитализации необходимо перейти от отраслевого планирования к формированию производственно-территориальных образований. Наилучшей формой пространственной организации является сетевая, а поддерживающей ее моделью промышленной политики выступает кластерная.

Экономические интересы Карелии в условиях сложившегося разделения труда в отношении стран экспортеров и импортеров продукции заключаются в том, чтобы развивать взаимовыгодное взаимодействие с международными и российскими корпорациями в вопросах переноса производств на территорию республики. Перенос перерабатывающих производств нацелен на снижение доли экспорта сырья, а перенос сборочных производств – на импортозамещение машин и оборудования в рамках формирования компаний полного цикла. Эти интересы определяют выбор стратегических партнеров.

Рассмотрено две стратегии:

1. Стратегия встраивания в существующие товарные цепочки (с защитой интересов территории в соответствии с международным торговым правом);
2. Стратегия генерации товарных цепочек и их максимально полного встраивания на основе резидентных структур («резидентная экономика», не противоречащая международным нормам).

Крупные целлюлозно-бумажные предприятия Карелии способны самостоятельно генерировать собственные товарные цепочки, развивая и углубляя производственную логистику и развивая поддерживающие виды деятельности. Это на сегодняшний день в Республике Карелия единственный сектор экономики, способный самостоятельно выходить на мировые фондовые рынки и активно привлекать портфельные инвестиции.

Формально в эту же группу попадают металлургия (окатыши, товарная руда, алюминий). Однако в связи с отсутствием экономических ценных видов деятельности, осуществляемых резидентными структурами на территории Карелии, они выпадают из Карельской группы самостоятельных стратегий.

Для производства строительных материалов (камень, щебень), пиломатериалов и деревянного домостроения, турпродуктов, продукции рыбного хозяйства, информационно-коммуникационных технологий и услуг приоритетной является стратегия расширения рынка и инвестирование в полные товарные цепочки, поддерживаемые ценными видами деятельности, включая применение информационных технологий для повышения ценностей компаний.

Для этих региональных продуктов существуют традиционные бренды на товарных рынках (природно-промышленные: северная сосна, карельская береза, шунгит и др.) и формируются новые карельские бренды, поддерживаемые ценными экономическими видами деятельности компаний на рынках услуг:

- «Карельский Дом» и «Карельская Деревня» (многофункциональные экологически чистые технологии современной урбанизации);
- «Карелия» – доступная для жителей мегалополисов рекреационная зона с уникальной природой и древней историей.

Для отдельных карельских компаний, работающих в лесном секторе и встраивающих вертикальную интеграцию («Кареллеспром»), существует возможность завершения своей технологической цепочки (цепочки ценностей) за счет диверсификации (деревянное домостроение, транспортные услуги, торговля и др.) с выходом на всемирные товарные рынки и рынки услуг. Стратегия диверсификации товарных цепочек (на основе углубления переработки древесины) и стратегия встраивания в уже существующие цепочки и установление связей (на основе договорной специализации) реализуема при вступлении России в ВТО. При этом связи не только объединяют ценные виды деятельности внутри компании, но и создают взаимозависимость между своей цепочкой ценности и цепочками ценности поставщиков и каналов распределения. Конкурентное преимущество реализуются за счет оптимизации связей во внешней среде. Встраивание лесозаготовительной промышленности в существующие товарные цепочки, возможно, эффективно и на внутреннем рынке³.

Стратегия развития

Основная идея (миссия) Республики Карелия сформулирована в Стратегии следующим образом:

Карелия сегодня – плацдарм для сырьевого освоения России западным бизнесом, а завтра – территория взаимодействия культур для развития эффективного партнерства России и Северной Европы.

В ходе разработки Стратегии рассмотрено, обсуждено и просчитано три сценария развития:

³ Сегодня превышение использования древесины в Республике Карелия над заготовкой составляет 2,2 млн куб. м. Это объем сырья ввозится из-за пределов РК. Однако существует возможность в увеличении расчетной лесосеки за счет создания целевых хозяйств на базе крупнейших лесопользователей и переориентации экспорта необработанных лесоматериалов на внутреннюю переработку. В этом случае внутренние потребности ведущих лесоперерабатывающих предприятий РК могут быть полностью обеспечены карельским сырьем.

1. Инерционный сценарий
2. Сценарий создания высококоразвитого индустриального региона («догоняющего развития»)
3. Сценарий инновационного (постиндустриального) развития

На основе комбинирования этих сценариев и с точки зрения обеспечения конкурентоспособности республики предложен оптимальный сценарий развития региона. Он рассмотрен в качестве ключевого при разработке Стратегии развития Карелии.

Структурно стратегия разбита на несколько составных частей (блоков). Социальный блок Стратегии составляют национальные и сопряженные с ними проекты:

- Развитие образования
- Развитие здравоохранения
- Развитие агропромышленного комплекса
- Доступное и комфортное жилье – гражданам России
- Сохранение историко-культурного наследия

Экономический блок Стратегии составляют региональные и сопряженные с ними проекты:

- Лесная Карелия
- Гостеприимная Карелия
- Недра Карелии
- Новая Карелия
- Федеральные и межрегиональные инфраструктурные проекты

В качестве основного механизма реализации Стратегии принято «формирование современного гражданского сообщества на территории Карелии». Для его осуществления применяются следующие организационно-экономические механизмы:

- механизм согласования со стратегиями и планами других субъектов управления международного, федерального и регионального уровней;
- механизм согласования стратегии РК с российскими и международными форматами;
- механизм координации и организации развития регионального сообщества;
- механизм достижения общественного согласия.

Важная роль при разработке и реализации Стратегии определена системе мониторинга реализации Стратегии. В ней определены основные целевые ориентиры, как качественные, так и количественные, определена динамика основных показателей. Такая система мониторинга позволяет отслеживать процесс реализации Стратегии и вносить в нее оперативные коррективы. Основные показатели реализации Стратегии приведены в таблице 1.

Таблица 1

Обобщенный перечень показателей для оперативного мониторинга

Показатели	Ед. измерения	Факт 2005	Ориентир 2020
Среднедушевые денежные доходы населения	руб./чел.	8600	25000
Уровень зарегистрированной безработицы (по методике МОТ) %		3,5	3-5
Численность населения	тыс. чел.	697,5	700
ВРП на душу населения	руб./чел.	67509	350000
Инвестиции в основной капитал на душу населения	руб./чел.	17000	90000
Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума %		17,3	-

Туризм в Стратегии РК и Стратегия туризма

Особое внимание в Стратегии уделено вопросам развития туризма на территории республики.

Карелия, обладая выгодным геополитическим положением, богатыми рекреационными ресурсами и многовековым культурно-историческим наследием, занимает особое место на туристском рынке и вызывает устойчивый интерес у россиян и иностранцев.

Тот факт, что на территории Республики Карелия находится более четырех тысяч культурно-исторических и природных памятников, таких как музей-заповедник «Кижы», первый российский курорт «Марциальные воды», петроглифы – наскальные изображения, выбитые рукой первобытного человека, более 5 тыс. лет назад, позволяет считать республику одним из туристских центров Северо-западного Федерального округа. В Республике Карелия сложились отличные условия для рекреации и развития различных видов туризма: культурно-познавательного, природного, экологического, спортивного, водного, сельского. По данным независимых информационных агентств Карелия удерживает третье место по общей туристской привлекательности для отечественных туристов и первое место по привлекательности в области активных видов туризма.

В поздравлении Президента Российской Федерации Д.А. Медведева жителям Республики Карелия по случаю 90-летия со дня образования Республики Карелия республика названа «одним из крупнейших центров туризма в стране».

Стратегией социально-экономического развития РК до 2020 г. впервые определена миссия туризма – стать одной из трёх основных составляющих экономической базы региона наряду с лесным и горнопромышленным комплексами.

Сформулирована новая стратегическая цель региональной экономической политики в этой области: «формирование в республике высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса».

В формате самостоятельного документа разработана «Стратегия развития туризма в Республике Карелия до 2020 года», содержащая целевые показатели развития туризма на долгосрочную перспективу, в частности:

- доведение доли туризма в валовом региональном продукте до 15 %;
- увеличение потока посетителей в РК до 3,5 млн человек в год.

Достижение стратегической цели осуществляется путём реализации региональных целевых программ развития туризма; в настоящий момент – третьей по счёту региональной целевой программы «Развитие туризма в Республике Карелия на период до 2010 г.».

Целевые программы развития туризма являются, в свою очередь, базой для разработки кратко- и среднесрочных программ развития туризма в муниципальных образованиях, регламентируют порядок взаимодействия Министерства экономического развития Республики Карелия с рядом межведомственных, общественных и научных организаций, вовлечённых в процессы организации и регулирования туристской деятельности на территории Карелии.

Развитие туризма в Республике Карелия в 2009-2010 гг. происходит в условиях финансово-экономического кризиса, оказавшего существенное воздействие на динамику развития всех отраслей экономики. В 2009 г. наблюдался спад в пределах 10-20 % значений основных количественных показателей, характеризующих развитие организованного туризма в республике. Первые промежуточные результаты текущего сезона, фиксируемые на основании экспресс-опросов руководителей туристских организаций и гостиничных предприятий республики, подтверждают прогнозирувавшееся развитие ситуации без явно выраженной положительной динамики по отношению к соответствующему периоду 2009 г.

Несмотря на некоторое снижение ряда ключевых показателей, произошедшее по объективным причинам в прошедшем году, рост качественных показателей развития туризма – с 2000 г. – составил:

- общего количества посетителей республики – 1,4 раза (с 1,28 до 1,83 млн чел. в год). При этом доля организованных туристов и экскурсантов увеличилась с 18 до 31 %;
- валового дохода от всех видов въездного туризма в республику – 3,3 раза (с 1,3 до 4,25 млрд руб. в год);
- объёма туристско-экскурсионных и гостиничных услуг – 4,8 раза (со 132 до 630 млн руб. в год);
- объёма внебюджетных инвестиций в инфраструктуру туризма – 5,6 раза (со 105 до 590 млн руб. в год).

С учётом проявлений финансово-экономического кризиса наиболее вероятными при прогнозировании на ближайшие годы представляются два сценария развития событий: пессимистический и оптимистический.

Пессимистический вариант базируется на перспективе долговременного сохранения кризисных явлений, либо нарастания влияния последующих волн кризиса на состояние социальной сферы. В этом случае в качестве максимально успешного пути развития прогнозируется сохранение значений основных показателей на уровне предыдущего года.

Оптимистический вариант предполагает рост показателей, характеризующих развитие туризма в республике при условии выхода российской экономики из кризиса, перераспределения потоков российских туристов от зарубежных стран в результате проведения продуманной ценовой политики.

Прогноз этого варианта предполагает ежегодный рост значений показателей на 5-7 % (с 2013 г. – до 10 %)⁴.

В сложившихся обстоятельствах существенно возрастает роль государственного регулирования развития туризма. Ограниченность материальных ресурсов при существенном увеличении количества проблем в отрасли накладывает жёсткие требования на качественную составляющую государственной поддержки.

Основные усилия Правительства Республики Карелия по поддержке развития инфраструктуры туризма в республике планируется направить на внедрение результатов разработанной Генеральной схемы размещения объектов и инфраструктуры туризма в Республике Карелия, оказание инвесторам необходимой финансовой (в виде выдачи грантов на создание собственного бизнеса и субсидирования части процентной ставки при получении коммерческих кредитов) и организационно-методической поддержки, совершенствование системы туристского образования с целью вовлечения жителей республики в туристскую деятельность.

Высокий инвестиционный потенциал территории подтверждается тем фактом, что даже в кризисном 2009 г. в республике были завершены, начаты, либо продолжены строительством 57 инвестиционных проектов в сфере туризма.

Генеральная схема размещения объектов и инфраструктуры туризма – важнейшая составная часть схемы территориального планирования Республики Карелия – имеет горизонт планирования до 2025 г. Она

⁴ Для финансовых показателей данное увеличение следует корректировать с учётом дефляторов.

включает в себя аналитические данные о состоянии и перспективах развития туризма, документы территориального планирования развития туризма, проектно-планировочные решения, системы туристских маршрутов, оценку инвестиционной ёмкости и эффективности предлагаемых к реализации инвестиционных проектов по строительству и эксплуатации объектов туристской и вспомогательной инфраструктуры.

Генеральная схема является новым направлением в системе стратегического планирования и управления социально-экономическим развитием региона не только для Республики Карелия, но и для других российских регионов. Важнейшим элементом государственной поддержки в условиях ужесточения конкурентной борьбы между основными туристскими территориями за перераспределение сократившихся потоков отечественных и зарубежных туристов стало активное участие в крупнейших туристских выставках.

Республика в той или иной форме ежегодно принимает участие в 8-10 туристских выставках и ярмарках, а на международных выставках МАТКА (Хельсинки, январь) и ИНТУРМАРКЕТ (Москва, март), за счёт средств региональной целевой программы развития туризма приобретаются площади свыше 40 кв. м для организации единого стенда Республики Карелия.

Главными направлениями работы по сохранению приоритетного значения туризма для экономики Карелии стали законодательские инициативы, стимулирование качественного обслуживания гостей республики путём проведения конкурса «Лидеры карельского турбизнеса» среди туристских организаций и гостиничных предприятий, координирующие действия по выработке согласованной ценовой и маркетинговой политики предприятиями сферы туризма и смежных отраслей.

Решение о проведении Форума было принято Правительством Республики Карелия в целях организации эффективной работы по реализации основных положений Послания Президента Российской Федерации от 12 ноября 2009 г., создания условий для стабилизации экономики и предпосылок её дальнейшего устойчивого развития.

Основные задачи Форума – усиление роли Северо-Запада России как центра международного взаимодействия в сфере туризма в новых экономических условиях, повышение инвестиционной привлекательности туристской индустрии приграничных регионов России, обмен опытом международного сотрудничества, реализация международных проектов в сфере туризма.

Успешное проведение Международного туристского форума «Карелия – 2010. Туризм и модернизация экономики России» стало основанием для положительного решения вопроса о придании Форуму статуса традиционного мероприятия.

На федеральном уровне планируется участие Республики Карелия в конкурсных процедурах по формированию перечня инвестиционных проектов, предлагаемых к включению в разрабатываемый проект федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2016 гг.)».

Общий объем федеральной поддержки определен в размере 96 млрд руб.

Каковы стратегические перспективы развития отрасли? Что делает Министерство экономического развития с учетом проявлений мирового финансово-экономического кризиса?

Разработанный на основе Генеральной схемы размещения объектов и инфраструктуры туризма комплексный проект «Карелия туристская», призванный в полной мере реализовать потенциал Республики Карелия как одного из ведущих российских и международных туристских центров, получил высокую оценку Председателя Правительства Российской Федерации В.В. Путина.

На основании подготовленных Правительством Республики Карелия документов с обоснованием конкурентных преимуществ республики Министерство регионального развития РФ в рамках Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г. (в части регионального развития) определило Республику Карелия в качестве территории опережающего развития туризма.

Основной акцент региональной экономической политики в области туризма будет сделан на создание конкурентоспособного туристского кластера – совокупности сконцентрированных по географическому принципу организаций, представляющих тесно связанные между собой отрасли, имеющие отношение к индустрии гостеприимства.

В состав сетевой экономической зоны туристско-рекреационного типа входят 4 опорных туристских центра и 8 – вспомогательных (локальных) центров.

В качестве опорных зон определены:

✓ «Приладожская» зона – территория Приладожья: Сортавала, Лахденпохский район, Питкярантский район, Вяртсиля;

✓ «Центральная» зона – Петрозаводск, Кондопожский район (Спасская губа, Кивач, Марциальные воды), Медвежьегорский район (о-ва Кижского ожерелья и Заонежье);

✓ «Пяозерская» зона – территория Лоухского района (парк Паанаярви);

✓ «Кемско-Беломорская» зона – Кемский и Беломорский районы (побережье Белого моря).

В качестве второстепенных зон:

✓ «Олонецкая» зона – Олонецкий район (г. Олонец, побережье Ладожского озера);

✓ «Шелтозерская» зона – территория Прионежского района (с. Шелтозеро);

✓ «Суоярвская» зона – территория Суоярвского района (Койтойоки, Толвоярви);

- ✓ «Сегежская» зона – территория Сегежского района (оз. Сегозеро);
- ✓ «Муезерская» зона – территория Муезерского района;
- ✓ «Калевальская» зона – территория Калевальского района и г. Костомукши;
- ✓ «Приполярная» зона – территория Лоухского района (п. Чула, побережье Белого моря);
- ✓ «Пудожская» зона – Пудожский район (Обонежье, Водлозерский парк).

Проектируемые центры увязаны между собой системой туристской инфраструктуры, коммуникациями, туристскими маршрутами и туристскими проектами. Специализация каждого из выделяемых центров складывается на основе уникального сочетания туристско-рекреационных ресурсов и факторов, характеризующих особенности территории.

В пределах каждого из 12 опорных центров объекты туризма размещаются на определенных специально отобранных земельных участках. Администрациям муниципальных образований Республики Карелия рекомендовано использовать материалы Генеральной схемы при подготовке документов территориального планирования муниципальных районов и городских округов.

Разработки в рамках Генеральной схемы размещения объектов и инфраструктуры туризма играют важную роль в решении вопроса о перепрофилировании экономического развития монопрофильных населённых пунктов Республики Карелия, наличие которых исторически обусловлено сложившимся превалярованием развития лесопромышленного и горнопромышленного комплексов. Мероприятия по развитию туризма, включаемые в программы развития монопрофильных населённых пунктов, позволят в значительной степени снизить влияние градообразующих предприятий на социально-экономическую жизнь населения республики и предотвратить возможные негативные последствия.

В целом геополитическое положение и туристский потенциал субъектов Северо-Западного федерального округа определяют региональный аспект в части развития туризма. Отрасль в перспективе способна играть важную роль в социально-экономическом развитии Республики Карелия.

Литература

Инновационное развитие. – Сборник материалов I Молодежного экономического форума, 13-14 ноября 2008 г., г. Петрозаводск. – Петрозаводск: Изд-во Карельского научного центра РАН, 2009. – 168 с.

Немкович Е.Г. Экономико-географический справочник муниципальных образований Республики Карелия / Институт экономики КарНЦ РАН. Под общей ред. Е.Г. Немковича - Петрозаводск: изд-во КарНЦ РАН, 2009. – 300 с.

Шишкин А.И. Препринт доклада. Теория и практика работы академического института с региональной властью, бизнесом и общественностью./ Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2010. – 52 с.

Шишкин А.И. Регион в процессе перехода к инновационному этапу развития. Пятое Арсеньевские чтения. Материалы международной научно-практической конференции. Отв. ред. А.И. Шишкин. – Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2009. – 332 с.

Школа научного управления «Стратег» 10 лет / Институт экономики КарНЦ РАН, отв. ред. Т.А. Кодолава. – Петрозаводск: Изд-во: Карельского научного центра РАН, 2009. – 60 с.

Аналитические записки в рамках Схем территориального планирования Питкярантского, Беломорского и Муезерского районов РК. ФГУП «ФКЦ «Земля». ООО «Инженерный центр «Штрих».

Мониторинг Концепции социально-экономического развития Республики Карелия до 2012 года. Заказчик Министерство экономического развития РК.

НИОКР «Исследование способа стимулирования межрегиональной конвергенции путем развития туристского кластера (в применении к Карелии)». Министерство экономического развития РК.

Программа социально-экономического развития муниципального образования «Лахденпохский муниципальный район» на 2010-2014 гг. Администрация местного самоуправления Лахденпохского района.

«Схема территориального планирования Питкярантского муниципального района» – схема утверждена. ФГУП «ФКЦ «Земля».

Электронный источник – Страница интернет: http://www.gov.karelia.ru/gov/News/2010/08/0806_06.htm

КЛАСТЕРНЫЕ ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТСКОГО ПРОСТРАНСТВА (МИРОВОЙ ОПЫТ)

Статья посвящена вопросам кластерообразования в туризме. Туристские кластеры рассматриваются как глобальное явление современности. Показана актуальность кластерного подхода в развитии сферы отдыха и путешествий. Рассмотрены основные принципы образования и функционирования туристских кластеров. Теоретические положения иллюстрируются примерами из международной практики.

Aleksandrova A.U. The Cluster Principles in Organization of the Tourists' Space (the world experience)

The article is aimed to analysis of the issues concerning the cluster-formation in the tourism sphere. The tourists' clusters are considered as a global phenomenon in the modern world. The actuality of the cluster approach for the development of the recreation - travelling sphere is shown. The main principles of formation and functioning of the tourists' clusters are examined. The theoretical foundations are illustrated by examples from the international practice.

В настоящее время термин «кластер» является одним из наиболее часто употребляемых при обсуждении перспектив развития отечественной экономики. Кластерный подход рассматривается в качестве одной из парадигм формирования экономической политики на государственном и региональном уровнях.

Под территориально-производственным кластером (далее – кластер) понимается сообщество сконцентрированных по географическому признаку взаимосвязанных фирм и организаций, взаимодополняющих и усиливающих конкурентные преимущества друг друга¹. Традиционно кластерный подход использовался применительно к промышленному производству. Однако кластеры способны играть решающую роль и в развитии сферы услуг, в частности формировании туристских центров, привлечении в них посетителей и повышении их конкурентоспособности.

В настоящее время туристские кластеры стали глобальным явлением. В США, в Долине Напа функционирует кластер винного туризма. В Австралии сформировался экотуристский кластер штата Квинсленд. В ЮАР в 1999 г. была принята национальная стратегия развития туристских кластеров. О создании туристских кластеров объявили Македония и Ямайка, Шри-Ланка и Казахстан. Правительство РФ в 2008 г. приняло Концепцию кластерной политики. Были разработаны Методические рекомендации по реализации кластерной политики, в том числе в сфере туризма, в субъектах РФ.

Туристская индустрия имеет ряд особенностей, придающих актуальность кластерному подходу в развитии сферы отдыха и путешествий. Туристскую индустрию отличает широта межотраслевых связей, фрагментарная структура, что дает некоторым исследователям основание ставить под сомнение правомерность отнесения туризма к отраслям экономики, преобладание малого и среднего бизнеса, нематериальный характер туристского продукта, неодинаковое его восприятие производителями и потребителями и др. Все это обуславливает особую важность появления и развития туристских кластеров. Они помогают каждому из их участников осознать себя частью целого.

Туристские кластеры образуются и функционируют на основе следующих основных принципов: 1) территориальная концентрация хозяйствующих единиц; 2) глубокая технологическая кооперация членов кластера на основе участия в цепочках создания добавленной стоимости; 3) сочетание кооперации и конкуренции; 4) инновационность; 5) государственно-частное партнерство. Рассмотрим их подробнее.

Во-первых, непременным условием образования кластера является географическая близость хозяйствующих единиц, которая обеспечивает снижение транспортных и коммуникационных издержек, возможность экономить на быстром экономическом взаимодействии, обмене социальным капиталом, процессах обучения. Географические масштабы туристских кластеров варьируются от локального и регионального до межрегионального. Например, в Мексике туристским кластером является курорт Канкун, а в Индонезии – курорт на о. Бали. Хорватия и Словения договорились о создании трансграничного туристского кластера.

В туристском кластере система накопления стоимости включает четыре типа цепочек создания добавленной стоимости поставщиков (прежде всего транспортных компаний), средств размещения и развлечений, каналов сбыта туристских продуктов (туроператоры, турагенты), а также самих покупателей-туристов (рис. 1).

По данным Всемирной туристской организации, во время семидневного пребывания посетителя в отдаленном туристском центре работает от 10 до 20 цепочек. В них задействовано 30-50 разных фирм, начиная с экскурсионного бюро, специализированных магазинов туристской литературы и страховых компаний до сувенирных лавок, пунктов обмена валюты, такси и др.²

¹ Портер М. Э. Конкуренция. Пер. с англ. М.: Издат. Дом «Вильямс», 2001. С. 207.

² Public-Private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness/World Tourism Organization Business Council. Madrid: WTO, 2000. P. 71.

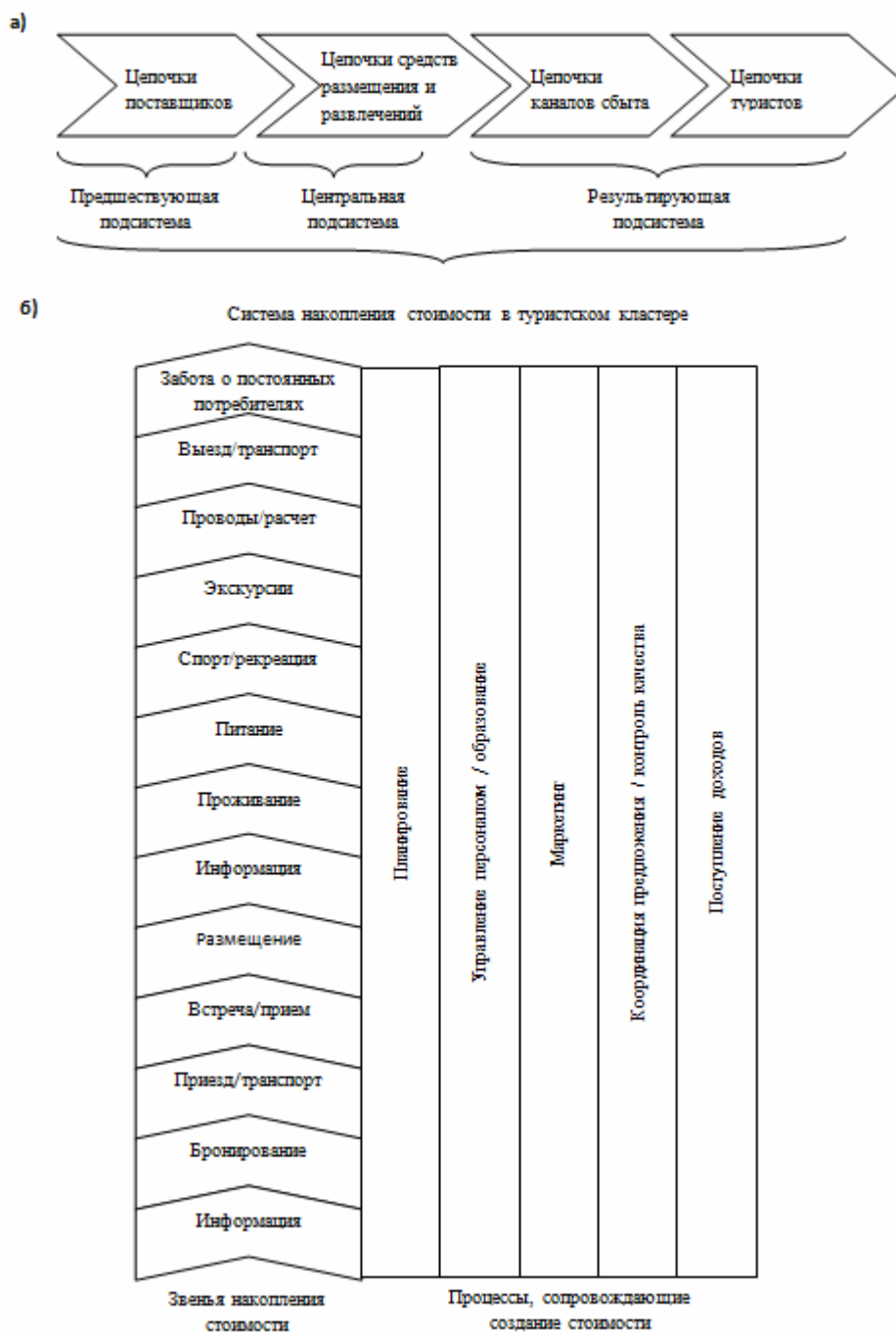


Рис. 1. Общая (а) и развернутая (б) модели накопления стоимости в туристском кластере³

Во-вторых, кластер имеет сложную внутреннюю структуру с множественностью экономических агентов. Он включает основные компании, производящие и реализующие турпродукты, вспомогательные (сопутствующие) производства, а также образовательные учреждения, научно-исследовательские организации. Члены кластера вступают в глубокую технологическую кооперацию между собой на основе участия в цепочках создания добавленной стоимости и системах накопления стоимости. Добавленная стоимость – это часть стоимости товаров, услуг, приращенная непосредственно на данном предприятии, в данной фирме. Каждый вид производительной деятельности на предприятии создает добавленную стоимость. Выстроенные в определенной последовательности один в продолжение другого, они образуют внутрифирменные цепочки создания добавленной стоимости. Для достижения конкурентного преимущества фирма должна оптимизировать как собственную цепочку создания добавленной стоимости, так и внешние цепочки, связывающие ее с поставщи-

³ Тарасенок А.И. Геоэкономика туризма. М.: КНОРУС, 2009. С. 169; Public-Private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness/ WTO Business Council. Madrid: WTO, 2000. P. 88.

ками и потребителями. Динамично развивающийся кластер включает в себе много различных цепочек создания добавленной стоимости, образующих систему накопления стоимости.

Задача состоит в формировании полных цепочек создания добавленной стоимости за счет резидентных структур и предотвращения утечки создаваемой добавленной стоимости из региона.

В-третьих, существенная черта кластера состоит в сочетании кооперации и конкуренции – двух основных видах взаимодействий между фирмами-членами кластера. Компании, производящие одинаковые или сходные продукты и относящиеся к одному и тому же звену в цепочке создания добавленной стоимости, являются прямыми конкурентами в определенных областях, но в то же время они часто образуют совместные стратегические альянсы. Такое конкурентное соседство является движущей силой постоянных продуктового и технологического обновлений, направленных на рост производительности всех факторов производства, и обеспечивает быстрое распространение новшеств.

Подтверждением тому служит развитие экотуристского кластера Тропический северный Квинсленд, шт. Квинсленд, Австралия (табл. 1).

Таблица 1

Основные этапы развития туристского кластера Тропического северного Квинсленда⁴

Годы	Характер отношений	Предпосылки развития
начало 1980-х годов	глубокая кооперация	небольшое число туристских предприятий, узкие потоки туристов-первооткрывателей
конец 1980-х годов	конкуренция и противостояние	начало туристского бума
1989-1990 гг.	кооперация	забастовка работников воздушного транспорта
1990-е гг.	ослабление кооперации	туристский бум
конец 1990-х годов	расширение партнерских отношений	спад деловой и туристской активности

Популярность Тропического северного Квинсленда как места отдыха начала возрастать в 1980-е годы во многом благодаря совместным усилиям местной туристской индустрии и регионального бюро по продвижению района на внутреннем и международном рынках путешествий. На этой ранней стадии развития многочисленные туристские компании тесно сотрудничали друг с другом. Относительно малые размеры индустрии туризма и географическая близость предприятий способствовали кооперации с очень низкими трансакционными издержками и установлению доверительных отношений между ними. Только сообща они могли достичь роста и конкурентоспособности. Согласованная позиция, например, по вопросам развития отдельных видов туризма, в частности фри-райда – свободного спуска на лыжах или на сноуборде по склону горы вне подготовленных трасс, была движущей силой партнерства.

В конце 1980-х годов на подъеме туризма в Тропическом северном Квинсленде потребность в сотрудничестве ослабла. Новые туристские компании, появившиеся в районе, привели к росту конкуренции. Их конкурентная стратегия строилась на продвижении собственных туристских продуктов, а не района, что подвело позиции местных компаний и основы существования кластера.

В 1989-1990 гг. по Австралии прокатилась волна забастовок на воздушном транспорте, способствовавшая временному усилению кооперации. Предприятия не только индустрии туризма, но и сопутствующих отраслей приняли участие в широкой международной кампании по продвижению Тропического северного Квинсленда как туристского направления. Она оказалась очень успешной.

Начало 1990-х годов было отмечено стремительным ростом внутреннего и въездного туризма в районе и превращением Тропического северного Квинсленда в международный туристский центр. Туристский бизнес процветал, заинтересованность в сотрудничестве уменьшилась. Однако спад деловой активности в Юго-Восточной Азии в 1997 г. и сокращение спроса на туристские поездки вынудили туристский бизнес Тропического северного Квинсленда вновь кооперироваться.

Туристские компании сотрудничают во многих областях, главными из которых являются маркетинг и защита окружающей среды. Их начинания поддерживает специализированное региональное агентство, в задачи которого входит продвижение Тропического северного Квинсленда на туристском рынке. Укреплению государственно-частного партнерства способствовала совместная разработка маркетинговой стратегии развития, привлекательного образа туристской территории, а также ряда экологических программ.

История развития австралийского туристского кластера убеждает в том, что коллективный подход необходим для достижения устойчивого роста и поддержания конкуренции.

В-четвертых, кластеры отличает высокая конкурентоспособность. Она достигается благодаря тому, что на ограниченной территории сосредоточивается «критическая масса» фирм родственных и поддерживающих отраслей, организаций, которая обеспечивает экономию на масштабах производства и экономии на разнообразии, а также «критическая масса» экономических ресурсов, информации, создается «сгусток» отношений. В кластере формируется особая инновационная среда, способствующая повышению конкурентоспособности входящих в него фирм и процветанию региона. Например, в США, в Долине Напа (штат Калифорния) – ведущем винодельческом районе страны после создания кластера винного туризма развитие туристской ин-

⁴ Huybers T., Bennett J. C in Tropical North Queensland's Nature-Based Tourism Industry // Australian Agribusiness Review. 2000. № 8. P. 17.

дустрии настолько ускорилось, что в скором времени туризм оттеснил виноделие и стал главным видом экономической деятельности в регионе.

В-пятых, кластеры образуются и функционируют на принципах государственно-частного партнерства. Государство играет важную роль в процессе формирования туристского кластера и его развитии, особенно на начальном этапе, но делает это в тесном, более того, стратегическом альянсе с туристским бизнесом. Так, при формировании туристского кластера в Долине Напа, США государственный и частный секторы плотно взаимодействовали при создании бренда региона и его продвижении на американском рынке одновременно в двух качествах как центра виноделия и как района туризма. Это был сильный маркетинговый ход. В Мексике при создании туристского кластера Канкун государство выступало в роли разработчика проекта, менеджера и инвестора.

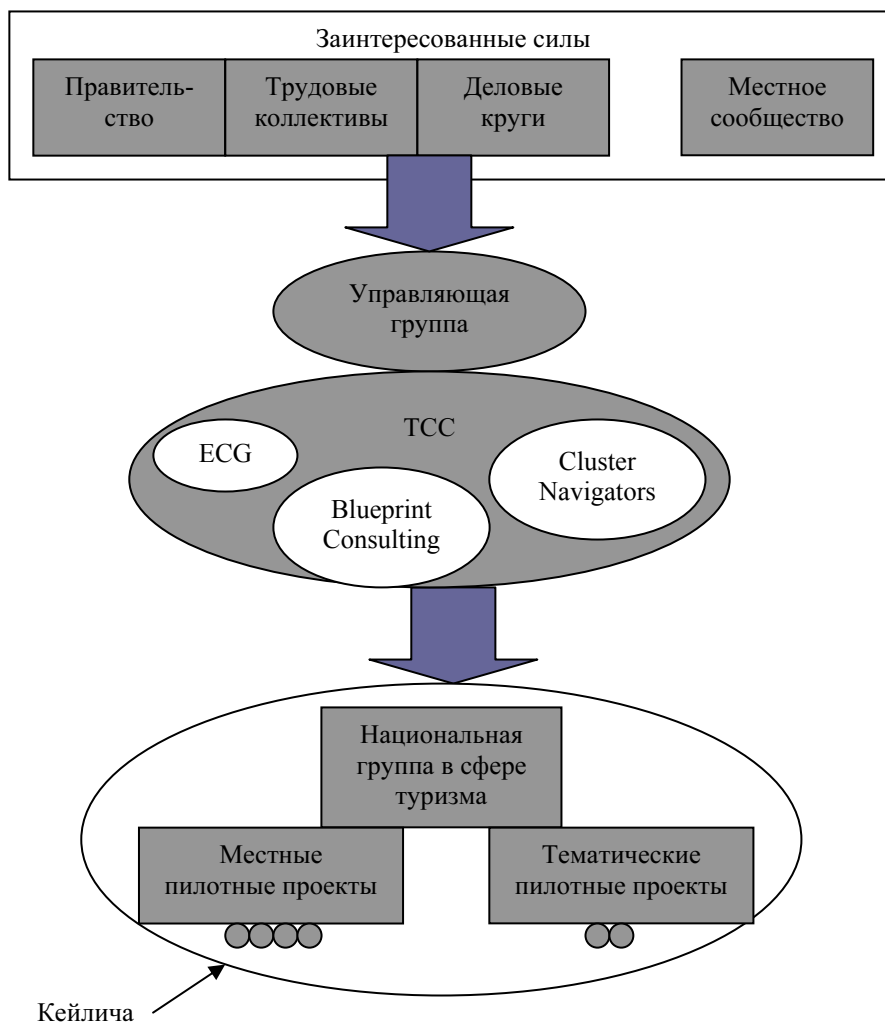


Рис. 2. Южно-Африканская модель создания туристского кластера
 Источник: The Cluster Consortium Strategy in Action Report. Johannesburg, 1999.

Показателен в этом отношении опыт ЮАР, где органы государственной власти и местного самоуправления проводили кластерную политику в сфере туризма по трем основным направлениям:

1) содействие институциональному развитию туристских кластеров с помощью привлечения международной консалтинговой фирмы и создания специализированной Управляющей группы, определения стратегических направлений развития кластеров и плана действий, налаживания информационного взаимодействия между участниками кластеров в ходе серии семинаров, консультаций, рабочих встреч;

2) развитие механизмов поддержки кластерных проектов, включая содействие модернизации турпродуктов, их продвижению на рынке, а также привлечению инвестиций;

3) формирование благоприятных условий развития туристских кластеров путем поддержки профессионального образования и обеспечения безопасности.

Более подробно остановимся на южно-африканском опыте создания кластерных структур в туризме.

Индустрия туризма в ЮАР начала развиваться недавно, с падением режима апартеида. После демократических выборов 1994 г. международные туристские прибытия в страну стали стремительно расти. По данным Всемирной туристской организации, с 1993 по 1998 г. их число увеличилось почти в 2 раза, с 3,1⁵ до 5,9 млн⁶. ЮАР превратилась в перспективное туристское направление. Однако в конце 90-х годов рыночная конъюнктура ухудшилась: рост числа международных туристских прибытий прекратился. Перед угрозой потери туристских рынков государство и частный сектор перешли к стратегии партнерства и выступили с совместной инициативой создания туристских кластеров, которые рассматривались как один из инструментов повышения конкурентоспособности страны на мировом туристском рынке. Было принято решение об образовании одного кластера на национальном уровне, двух тематических и четырех локальных кластеров.

На национальном уровне процесс кластерообразования вылился в создание хорошо продуманной структуры. Он протекал под контролем со стороны представителей бизнеса, государства и трудовых коллективов, вошедших в состав Управляющей группы (рис. 2). Для выполнения консалтинговых работ был создан международный консорциум (ТСС), объединивший несколько специализированных фирм из Южной Африки, Новой Зеландии и Америки. Он финансировался из средств государственного бюджета. Цель проекта состояла в том, чтобы задать вектор развития индустрии туризма как источника поступлений и генератора рабочих мест в стране на основе сотрудничества всех заинтересованных сил. В дальнейшем они должны были самостоятельно разворачивать начатое дело.

На локальном уровне, где наиболее ощутимы социально-экономические последствия туризма, инициативы создания туристских кластеров особенно важны. Как показывает международный опыт, на местах индустрия туризма обычно обрастает широкими связями, формальными и неформальными, в большей или меньшей степени основанными на доверии и диалоге. Однако в ЮАР в конце 90-х годов только в некоторых местных сообществах сформировались социальные отношения, благоприятствующие развитию индустрии туризма.



Рис. 3. Этапы создания локального туристского кластера в Кейличе
 Источник: The Cluster Consortium Strategy in Action Report. Johannesburg, 1999, p. 18.

Одно из наиболее сильных и сплоченных сообществ сложилось в районе Кейлича (Khayelitsha), расположенном недалеко от Кейптауна – старейшего города ЮАР и крупного международного туристского центра. Этот район был выбран в качестве полигона для создания одного из четырех локальных туристских кластеров. Неразвитая индустрия туризма, обостряющаяся конкуренция со стороны других туристских районов страны, напряженная криминогенная обстановка – такими были стартовые условия для формирования туристского кластера в Кейличе. Инициатива его создания исходила от туристской администрации Капской провинции, оказавшей финансовую поддержку начинанию, и муниципалитета Тайге (Tyger). Работа строилась в несколько этапов (рис. 3). Одним из первых шагов было образование в Кейличе Управляющей группы из представителей разных заинтересованных организаций. В ходе проведенной ею серии семинаров, консультаций, рабочих встреч с широким кругом участников, начиная с местных жителей и работников туристской индустрии до политических деятелей и министра туризма ЮАР, был выработан план действий по четырем стратегическим направлениям – подготовка кадров, маркетинг и обеспечение безопасности. Активную роль на данном этапе играли члены международного консорциума ТСС, которые оказывали консалтинговые услуги. Однако это не означало, что инициатива создания кластера сводилась к реализации плана, предложенного консуль-

⁵ Statistical Yearbook. 42 issue. N.Y.: United Nations, 1997. P. 788.

⁶ Compendium of Tourism Statistics. 2002 ed. Madrid: WTO, 2002. без № стр.

тантами. Напротив, она исходила снизу, все заинтересованные силы сообща на месте выработывали стратегию развития при всемерной поддержке процесса принятия решений сверху.

Многое из того что препятствовало развитию индустрии туризма в ЮАР в середине 1990-х годов, было частично или полностью преодолено в процессе кластерообразования. И хотя рост туризма оказался ниже ожидаемого, в стране пришло осознание его социально-экономической значимости.

Зарубежный опыт создания и функционирования туристских кластеров заслуживает внимания, обобщения и творческого применения в российских условиях.

УДК 711.24:379.85

Алиева Г.В.

ОТРАСЛЕВЫЕ ДОКУМЕНТЫ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ГЕНЕРАЛЬНОЙ СХЕМЫ РАЗМЕЩЕНИЯ ОБЪЕКТОВ И ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАРЕЛИЯ (ГЕНЕРАЛЬНАЯ СХЕМА РАЗМЕЩЕНИЯ ОБЪЕКТОВ И ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАРЕЛИЯ)

Генеральная схема представляет собой систему планировочных документов, содержащих анализ и пространственную проекцию стратегических решений (социально-экономического развития Республики Карелии и развития туризма в ней), инвестиционные решения, обоснование капиталовложений и результаты предпроектных исследований, а также предлагает проработанные и подготовленные инвестиционные площадки (на уровне предпроектного обоснования).

Alieva G.V. The Sectoral Documents for the Territorial Planning on the Example of the General Scheme of the Accommodation Facilities and The Tourism Infrastructure in the Republic of Karelia (The general Scheme of the Accommodation Facilities and The Tourism Infrastructure in the Republic of Karelia)

The general scheme represents the system of the planning documents containing analysis and spatial projection of the strategic decisions (the socio-economic development of the Republic of Karelia and the tourism development inside the republic), the investment decisions, and substantiation of the investments and results of the pre-designed researches. This scheme suggests worked out and prepared investment areas (on the level of pre-designed substantiation).

«Генеральная схема размещения объектов и инфраструктуры туризма в Республике Карелия» разработана ФГУП «РосНИПИ Урбанистики» совместно с Институтом экономики Карельского научного центра РАН, по заказу Министерства экономического развития Республики Карелия. Этот проект является частью Схемы территориального развития Республики Карелия на период до 2025 г., разработанной в соответствии с требованиями Градостроительного Кодекса РФ. В комплексе с такими документами как Стратегия развития туризма в Республике Карелия до 2020 г. и Республиканская целевая программа развития туризма на 2007-2010 гг., Генеральная схема является основой для принятия стратегических управленческих решений и реализации инвестиционной политики в туризме. Она направлена на формирование современного туристского комплекса, позволяющего наиболее полно использовать имеющийся значительный туристско-рекреационный потенциал территории и вовлечь его в общий процесс решения задач социально-экономического развития Республики Карелия.

В настоящее время туризм – мощная индустрия, выделяющаяся среди других отраслей экономики высокой эффективностью и устойчивым развитием.

Рационально организованная индустрия туризма генерирует рабочие места для местного населения, развивает смежные отрасли, а также обеспечивает приток в регион денежной массы и инвестиционных средств, и, как следствие, пополняет бюджеты регионов за счет налогов.

Являясь одной из крупнейших доходных и наиболее динамичных отраслей и уступая по доходности лишь добыче и переработке нефти, туризм, по данным Всемирной туристической организации, обеспечивает до 10 % оборота производственно-сервисного рынка планеты.

По совместным расчётам Всемирного совета по туризму и путешествиям и Оксфордского Центра экономического прогнозирования выявлены следующие современные индикаторы развития туризма в РФ:

- доля туризма в ВВП России – 8 %;
- занятость в индустрии туризма – 860 тыс. рабочих мест;
- занятость в сопряженных отраслях экономики – 4,5 млн рабочих мест.

По тем же экспертным оценкам определено, что Россия имеет потенциальные возможности стать одной из ведущих стран в сфере туризма и путешествий.

Таким образом, необходима четко сформулированная концепция развития отрасли, которая смогла бы обеспечить соответствующий уровень качества туристических услуг и сделать российский туризм конкурентоспособным.

При этом успешное развитие туризма невозможно вне концепции его устойчивого развития в регионе, что предполагает планирование и управление развитием территории, которые должны обеспечить защиту природной и культурной среды, улучшение качества жизни местного населения, обеспечение условий пребывания, соответствующих международным стандартам.

Для переориентации туристического региона на принципы устойчивого развития необходимо стратегическое территориальное планирование, при котором туризм включают в перечень направлений территориального планирования и разрабатывают сценарий последовательной трансформации пространственной организации и отраслевой структуры экономики.

Главная стратегическая цель развития туризма в Республике Карелия была определена следующим образом:

«Расширение рыночной ниши карельского туризма и увеличение добавленной стоимости, создаваемой в рамках республиканского туристского комплекса на основе усиления существующих и создания новых конкурентных преимуществ и продуктов».

В настоящее время Карелия занимает третье место среди российских регионов по туристической привлекательности. По итогам Международной туристической выставки «МАТКА – 2007» – самой крупной в странах северной Европы (Финляндия, Хельсинки, 2007 г.), отмечен значительный рост интереса к Республике Карелия, что может в ближайшем будущем привлечь внимание новых туристов и инвесторов.

Республика Карелия обладает редким туристско-рекреационным потенциалом, который определяется:

- культурно-историческим наследием с памятниками, включенными ЮНЕСКО в список Всемирного наследия;
- уникальностью ландшафтов;
- множеством водоемов и развитой гидросетью;
- природно-ресурсными возможностями;
- сравнительно благоприятной экологической ситуацией;
- выгодным экономико-географическим и геополитическим положением (самая протяженная граница с ЕС – 798 км);
- наличием устойчивых международных связей с возможностью участия в международных туристических проектах;
- близостью к крупным мегаполисам – Санкт-Петербургу и Москве;
- статусом транзитной территории между Европой и Россией;
- входжением в единую систему туризма Северной Европы;
- развитой транспортной инфраструктурой;
- развитым информационным обеспечением продвижения турпродукта.

Это позволяет формировать рекреационно-туристскую систему, ориентированную как на внутренний, так и на международный туризм.

Однако, обладая исключительно высоким туристским потенциалом, Карелия вместе с тем является недостаточно освоенным в туристском отношении регионом и занимает весьма скромное место на рынке туристических услуг России.

Схожие по территории, плотности и климатическим условиям территории соседней Финляндии принимают, как минимум в 10 раз больше туристов, что свидетельствует о потенциальных возможностях региона и задает ориентиры его развития. Основными факторами, сдерживающими развитие туризма, являются:

- слабое развитие туристической инфраструктуры (гостиничного и дорожного хозяйства, транспорта и связи, бытовых услуг и системы информации);
- низкий уровень использования широкого спектра туристского потенциала;
- туристический имидж региона недостаточно «раскручен»;
- недостаток квалифицированных кадров для индустрии туризма;
- правовые риски, связанные с несовершенством законодательства в сфере туризма, сложности с выделением земельных участков под инвестиционные площадки;
- определенные диспропорции в территориальной и функциональной организации туризма (сосредоточенность деятельности в зонах туристской активности, неадекватность большинства туристических объектов).

Следует отметить тот факт, что только треть создаваемой добавленной стоимости в данном сегменте рынка остается в регионе, так как включенность туристского потенциала и туристских объектов в товарные цепочки (турпродукт) остаются на низком уровне и основное управление туристскими активами находится за пределами республики. Это приводит к определению роли Карелии как транзитного пункта в составе турпродуктов, предлагаемых сторонними туристскими фирмами.

В настоящее время в Республике разработаны и действуют многочисленные стратегические и программные документы, определяющие туризм как одну из приоритетных отраслей экономики и позволившие

существенно повысить ее эффективность, а также среднесрочные целевые республиканские, районные и городские программы развития туризма.

По разработанности, использованию наиболее эффективных методов прогнозирования и планирования, аналитической базе и системности республиканская система стратегического планирования в туризме является одной из лучших в России и сопоставима с аналогичными комплектами документов таких мегаполисов, как Москва и Санкт-Петербург.

Концепцией социально-экономического развития Республики Карелия на период до 2012 г. туризм отнесён к числу приоритетных отраслей хозяйственного комплекса республики. В Стратегии социально-экономического развития Республики Карелия до 2020 г. миссия туристской индустрии определена ещё более весомо – стать одной из составляющих экономической базы региона наряду с лесным и горным комплексами.

Таким образом, исходя из миссии и стратегии развития туризма, сформулированных в документах, основная стратегическая цель определяется как формирование в Республике Карелии современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей посетителей и жителей республики в туристических услугах и значительный вклад в экономику республики, а также оказывающего влияние на развитие многих секторов местной экономики и расширяющего масштабы туристической деятельности.

Эта цель может быть достигнута не только за счет повышения экономической эффективности использования туристическо-рекреационных ресурсов Карелии, разработки новых турпродуктов, институционального развития рынка, но и, прежде всего, за счет создания условий для привлечения инвестиций, развития и совершенствования инфраструктуры туризма в республике. Важным этапом в решении этого вопроса стала разработка отраслевого документа территориального планирования – Генеральной схемы развития инфраструктуры туризма в Республике Карелии.

Согласно ч. 1 ст. 14 Градостроительного кодекса РФ, «подготовка Схемы территориального планирования субъекта РФ может осуществляться в составе одного или нескольких документов территориального планирования субъектов РФ». Для детализации вопросов развития туризма и рекреации на территории Республики Карелия и реализации стратегии развития туризма – его превращения в одну из составляющих экономической базы Республики Карелия, а возможно, и в отрасль специализации региона, возникла потребность в разработке отраслевой схемы – Генеральной схемы размещения объектов и инфраструктуры туризма, которая должна разрабатываться в развитии основных решений Схемы территориального планирования Республики Карелия, являясь, таким образом, ее неотъемлемой частью.

Данная работа выполняется в рамках заявленных в Стратегии развития Республики Карелия до 2020 г. приоритетов и определенных вариантов экономического развития районов Республики Карелия. В Генеральной схеме размещения объектов и инфраструктуры туризма реализуется пространственный аспект инвестиционной политики в туризме (с учетом мультипликативного эффекта), а также определяются принципы и условия территориального размещения объектов туристской, социальной, инженерной и транспортной инфраструктуры.

Стратегия, имеющая привязку к территории, – есть реальный шаг к реализации стратегических целей и задач.

Генеральная схема состоит из следующих блоков:

Доклада, содержащего общий анализ природных, экологических, экономических, культурно-исторических, инфраструктурных условий, способствующих или препятствующих развитию индустрии туризма, и оценку перспективности развития отдельных видов туризма с учётом ресурсов для этого развития;

Общей карты-схемы развития туризма в Республике Карелия, с фрагментами и с пояснительной запиской. Данные материалы являются основанием для разработки и реализации региональных инфраструктурных проектов;

Карт-схем туристических зон, с пояснительными записками: Пяозерская, Чупинская (Приполярная), Кемско-Беломорская, Калевальская, Сегежская (Сегозеро, Выгозеро), Муезерская (Лендеры – Тулос), Суоярвская (Толвоярви), Приладожская (Ладожские шхеры), Центральная, Пудожская, Олонецкая, Шелтозерская;

Предложений по планировке опорных туристских зон в виде планировочных эскизов (7 эскизов).

В содержательной части Схемы представлены следующие позиции:

- анализ современного состояния сферы туризма Республики Карелия с выявлением уровня использования ее туристического потенциала и определением доходов от сферы туризма;

- оценка перспективности развития отдельных видов туризма по системе показателей;

- проектные предложения по развитию туризма по Республике Карелия в целом;

- принципы выбора туристических зон и определения их основной специализации;

- проектные предложения по развитию туризма по зонам с оценкой приоритетов;

- перспективы развития транспортной, инженерной и социальной инфраструктуры, связанной

с туризмом;

- основные принципы планировочной организации развития туризма;

- инвестиционное обоснование создания объектов инфраструктуры туризма;

- расчет эффективности реализации проектных решений по развитию туризма в туристических зонах и ожидаемые результаты.

В проекте представлен последовательный, поэтапный подход к развитию отрасли в ее пространственном аспекте: развитие туризма в целом по Республике Карелии; предложения по развитию туризма в 12 выявленных на территории Карелии туристических зонах; разработка планировочных эскизов на отдельные участки туристических зон.

На первом этапе оценивается общий туристско-рекреационный потенциал территории, проводится комплексная оценка территории.

Комплексная оценка

Анализ территориальных ресурсов республики, и оценка возможностей перспективного развития выполнена с учётом действующей системы планировочных ограничений.

Далее определяются приоритетные виды туризма по системе показателей (при этом применялась методика Санкт-Петербургского Государственного университета по оценке перспективности развития отдельных видов туризма с использованием экспертной оценки по различным критериям) и даются проектные предложения по территориальному размещению объектов туристической, инженерной и транспортной инфраструктуры в целом по Республике Карелии.

На втором этапе на основе определенных принципов и критериев (наличие инфраструктуры; высокая плотность объектов показа; видовые характеристики – природа, пейзаж, ландшафт; туристический потенциал, выявленный на основе маркетингового анализа и прогноза финансового результата, интересов инвесторов и т.д.) выделяются 12 зон, являющихся опорными точками для туристического освоения территории.

В зависимости от степени развитости туристской инфраструктуры, количества субъектов – туристских фирм, существующих на данной территории, зоны и центры делятся на две категории – *опорные и второстепенные*.

Для каждой из выделенных зон проведена оценка территории по видам туризма, оценка ёмкости рынка, объемов и направленности туристских потоков.

В результате чего была определена специализация туристских зон по видам туризма и прогноз туристического потока.

Кроме того, для каждой зоны представлены проектные решения по развитию туристической инфраструктуры, даны предложения по наращиванию сопутствующих инженерной, транспортной и социальной инфраструктур.

Для всех зон приводятся оценочные показатели, иллюстрирующие эффективность реализации проектов строительства с точки зрения их прибыльности, срока окупаемости и числа создаваемых рабочих мест, что вызовет интерес со стороны потенциальных инвесторов.

Развитие туристской инфраструктуры в разрезе туристических зон рассматривается на примере Центральной зоны.

Центральная туристическая зона

Центральная зона – одна из наиболее привлекательных и перспективных территорий с точки зрения развития туризма и туристско-рекреационного потенциала Республики Карелия, охватывающая территории Медвежьегорского, Кондопожского и Прионежского районов, в том числе и г. Петрозаводск.

Специализация этой туристской зоны достаточно разнообразна, что обусловлено развитием различных видов туризма и широким ассортиментом предлагаемых туристических продуктов.

Территория зоны удачно расположена по отношению к потенциальным туристским рынкам, недалеко от г. Санкт-Петербурга (500 км), размещена на пути главного транспортного направления республики.

Проектные предложения по развитию туризма

В проекте проведена оценка туристского потенциала для различных видов туризма.

В соответствии со сценарными условиями социально-экономического развития, предложенными в рамках территориальной Схемы Республики Карелия, перспективное развитие зоны предусмотрено в следующем направлении:

- мощность туристического потока увеличивается за счет продвижения новых турпродуктов и развития инфраструктуры;
- происходит увеличение продолжительности основного туристского сезона в результате развития зимних видов отдыха и спортивного туризма;
- Заонежье становится одним из центров развития водного туризма;
- обустраиваются минеральные источники в Заонежье;
- реализуются инвестиционные проекты по строительству туристской инфраструктуры;
- строятся новые причалы, позволяющие принимать суда с туристами (Типиницы) и стоянки, и яхт-клубы для маломерных судов в д. Кондобережная, Яндома;
- проводится реставрация исторических деревень.

Проектом просчитано, что за первые пять лет функционирование объектов туристской зоны «Центральная» в бюджеты всех уровней поступит порядка 720 млн руб., что в 2,5 раза выше объема средств всех бюджетов, инвестируемых в реализацию данного проекта.

Кроме того, это создание 420 новых рабочих мест непосредственно на создаваемых объектах туристской инфраструктуры и более 800 мест в обслуживающих секторах экономики. Таким образом, проект рассматривается как рентабельный и может быть рекомендован к дальнейшей проработке и практической реализации.

По аналогии с Центральной зоной в проекте рассматриваются все остальные 11 зон, по которым представлены сведения по оценке ёмкости рынка, объёмам и направленности туристских потоков, инвестиционное обоснование создания зон.

Проведено финансово-экономическое обоснование создания объектов туристской, транспортной, инженерной и социальной инфраструктур, указаны объёмы и источники финансирования. Произведен расчет эффективности реализации проектных решений.

На третьем этапе разрабатываются эскизы планировки по участкам зон, приоритетным для туристического освоения в Центральной, Приладожской и Пяозерской зонах (семь участков).

В качестве приоритетных участков зон, на которых предполагается строительство ключевых объектов туристической и вспомогательной инфраструктуры, проектом выделяются следующие:

Центральная зона

Участки в д. Типиницы (Медвежьегорский район);

Участок в д. Кондобережная (Медвежьегорский район);

Участок в д. Яндома (Медвежьегорский район);

Участок въездной зоны в районе поселения Великая Губа.

Основные виды туризма, предложенные в проекте организации туризма на участках Центральной зоны, – это оздоровительный туризм, водноспортивный, культурно-познавательный и сельский.

Приладожская зона

Остров Пеллотсаари (Сортавальский район);

Остров Карпонсаари (Сортавальский район).

Основными целями проекта организации туризма на этих островах являются: совершенствование организации водных транспортных маршрутов по пути на остров Валаам и Кижы; создание инфраструктуры, позволяющей ознакомиться с природой островов Ладожских шхер, культурным наследием и пр.

Пяозерская зона

Участок в районе горы Пяйнур (Лоухский район).

Дальнейшая разработка проектных предложений по туристическому комплексу «Пяйнур» и строительство спортивных комплексов и всей инфраструктуры по их обслуживанию позволит создать на севере Карелии высококлассный спортивный центр и может привлечь сюда поток иностранных туристов.

При выборе земельных участков под размещение основных объектов туристической и вспомогательной инфраструктур принимались во внимание следующие аспекты:

- возможность формирования благоприятных условий для ведения бизнеса в сочетании с природной средой,
- близость к сложившимся туристическим маршрутам,
- возможность подключения к коммунальным услугам,
- наличие резервных мощностей инженерных сооружений,
- перспективные транспортные и инженерные схемы,
- геологические, гидрогеологические и прочие условия.

Кроме того, при подготовке инвестиционной и планировочной документации земельные участки, предназначенные для застройки под различные функциональные нужды, должны пройти экологическую экспертизу, а также техническую экспертизу с определением возможности подключения к инженерным сетям.

Для участков зон основных объектов туристической и вспомогательной инфраструктур в проекте представлено следующее:

- проведена калькуляция инвестиционных затрат на строительство и оценка инвестиций в соответствии с государственными приоритетами и интересами частных инвесторов;
- отражена оценка эффективности реализации проекта;
- отобраны и согласованы земельные участки под размещение ключевых объектов;
- приведена обобщенная информация о категориях и статусе земель, на которых планируется разместить объекты.

Пакет разработанной документации практически является предпроектным обоснованием, которое необходимо потенциальным инвесторам для создания инвестиционных проектов на рассматриваемых семи площадках.

Кроме того, в проекте выявлено еще 26 участков в различных районах Карелии, которые потенциально могут быть интересны инвесторам с точки зрения туристического освоения. На эти участки существует

обобщенная информация, которая в перспективе будет дополняться с целью подготовки территорий для размещения ключевых объектов туристической и вспомогательной инфраструктур.

Механизм реализации Генеральной схемы представляет собой набор организационных мер и юридических действий, направленных на достижение поставленных в Схеме целей и задач. Конечный итог реализации Схемы – строительство и эксплуатация объектов туристской инфраструктуры.

Реализация Схемы должна проводиться поэтапно, путём подготовки и утверждения определённого набора документов. Данный набор документов обусловлен, с одной стороны, технологией градостроительного проектирования, а с другой – процедурами предоставления земельных участков для строительства и осуществления самого строительства.

Технология градостроительного проектирования, в данном случае, выражается в следующем:

1. Генеральная схема фиксирует определённое функциональное зонирование территории, то есть закрепляет чёткую функцию территории.

2. В Генеральной схеме также содержатся границы зон планируемого размещения объектов капитального строительства, то есть в функциональной зоне локализуется территориальное расположение необходимых объектов.

3. На основе этих локализованных элементов готовится документация по планировке территории – определяется архитектурно-планировочная организация территории (в проекте планировки) и территория межуется на определённое количество земельных участков (в проекте межевания).

Таким образом, закладывается градостроительная (территориально-пространственная) основа решения земельных вопросов и вопросов строительства конкретных объектов капитального строительства. Далее происходит предоставление земельных участков в соответствии с земельным законодательством РФ и Республики Карелия. Также готовится проектная документация на строительство объектов, осуществляется строительство и объект вводится в эксплуатацию. Другими словами, весь организационный цикл с момента утверждения Генеральной схемы до ввода конкретного объекта в эксплуатацию сводится к подготовке и утверждению необходимой номенклатуры градостроительных и земельных документов.

В ряде случаев возможно подключение органов местного самоуправления. Такое подключение может выражаться в подготовке документов территориального планирования (схем территориального планирования муниципальных районов и генеральных планов поселений) и документов градостроительного зонирования – правил землепользования и застройки поселений. Утверждение данных документов позволит более системно, комплексно подойти к вопросу территориального размещения объектов туристской инфраструктуры.

В рамках реализации Генеральной Схемы могут потребоваться иные организационно-правовые действия: перевод земель из одной категории в другую, выкуп (изъятие) земельных участков для нужд создания туристской инфраструктуры, резервирование территории для тех же целей. Данные вопросы решаются в каждом конкретном случае с учётом индивидуальных обстоятельств (категория земель, собственность на землю, инициатор необходимых процедур, источник финансирования и т.п.).

Таким образом, на основе оценки проектных решений в Генеральной схеме развития туризма в Карелии определена выгодная и экономически эффективная модель развития отрасли как в республике, так и в Северо-Западном федеральном округе, которая будет способствовать созданию привлекательного туристического имиджа территории, повышению ее инвестиционной привлекательности. Кроме того, работа подразумевает не только раскрытие туристического потенциала городов и районов Карелии, но и привлечение в туристическую инфраструктуру республики инвестиций, которые могут дать быстрый экономический эффект.

Генеральная Схема размещения объектов инфраструктуры туризма в Республике Карелия имеет горизонт планирования до 2025 г. и является основой для принятия конкретных управленческих решений. Данный документ имеет огромную значимость как для органов государственной власти и местного самоуправления, так и для потенциальных инвесторов, предлагая для рассмотрения уже подготовленные проектные решения и инвестиционные площадки.

Генеральная Схема размещения объектов инфраструктуры туризма является новым элементом в системе стратегического планирования и управления социально-экономическим развитием региона не только для Республики Карелия, но и на российском уровне. Сегодня это пока, к сожалению, единственный документ подобного рода в России. А потому положительные результаты выполнения поставленных в нем целей и задач, реализации на практике проектных и планировочных решений даст возможность распространения опыта и в других регионах страны.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ТУРИНДУСТРИИ В РОССИИ

В статье дается краткая характеристика состояния туризма в РФ, указан мировой рейтинг России по конкурентоспособности туристического сектора экономики. Перечислены основные проблемы развития туризма и определены пути их решения в форме рекомендаций для федеральных представительных и исполнительных органов власти.

Barzykin Y.A. The Actual Matters in Development of the Tourist Industry in Russia

In the article, the characteristic of the statement of the tourism in the Russian Federation is given. The rating of Russia on the level of competitiveness of the tourist sector of the economy in the world is shown. The main problems concerning development of the tourism are enumerated. The ways to their resolve in the form of recommendations for the federal representative and executive powers are defined.

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

При этом въездной поток в РФ сократился на 6,9 %, и составил 21,3 млн иностранных граждан. Только 9,8 % въехавших иностранцев обозначили туризм целью своей поездки, это 2,1 млн человек, что на 8,5 % меньше, чем в прошлом году. То есть наша страна недосчиталась 194,5 тыс. туристов.

Выезд российских туристов за рубеж снизился на 15,5 % и составил 9,6 млн человек.

Объем платных туристских услуг, оказанных туроператорами и турагентами снизился на 7,5 % до уровня 71 млрд руб., а гостиниц и других средств размещения 101 млрд руб. (-14 %).

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

По данным Ростуризма в Едином федеральном реестре туроператоров на 1 января 2010 г. было включено 4593 компании, из них:

- в сфере внутреннего туризма работает 1858 туроператоров (40 %);
- въездным туризмом занимается 566 компаний (12 %);
- в сфере выездного туризма работает 2169 компаний (48 %).

На 2 апреля 2010 г. число туроператоров в федеральном реестре сократилось на 15 % (на 649). Из них 342 (19 %) – специализирующихся на въездном туризме, 74 – на выездном, 233 – на международном.

Минспорттуризм РФ прогнозирует в 2010 г. рост числа туристских поездок за рубеж, а объемы продаж на рынке выездного туризма увеличатся с 7,6 до 7,9 млрд долларов США. На рынке внутреннего туризма также прогнозируется постепенный рост в 4,5-5 %. Минтранс РФ ожидает рост авиаперевозок в 2010 г. по сравнению с 2009 г. на уровне 14-15 % (к показателям 2008 г. рост может составить 3-4 %).

К основным тенденциям развития туристского рынка можно отнести усиление регионального развития и появление новых центров на туристском рынке России, сокращение продолжительности турпоездок, развитие интернет-продаж, повышение спроса на качественные оздоровительные услуги, восстановление и развитие МТСЕ туризма и др.

Пока по данным Всемирного экономического форума (WEF) 2009 г. Россия занимает 59 место среди 133 стран по конкурентоспособности туристического сектора экономики. Первые пять мест в рейтинге занимают Швейцария, Австрия, Германия, Франция и Канада.

Рейтинг России:

- 5 место из 133 стран по «наличию природных туристских ресурсов мирового значения»;
- 9 место по «культурным туристским ресурсов мирового значения»;
- 127 место по показателю «приоритет сектора туризма для государства» (одно из последних мест);
- 83 место по «государственным расходам на туризм».

Основными проблемами развития туризма в России остаются:

- рост транспортных тарифов и стоимости гостиничных услуг, связанный с ростом коммунальных тарифов, процентных ставок по кредитам, многократным ростом ставок налога на землю;
- моральный и физический износ туристской инфраструктуры, отсутствие эффективных механизмов стимулирования инвестиций в ее развитие;
- несовершенство действующей нормативно-правовой базы предпринимательской деятельности в сфере туризма;
- недостаточность экономических стимулов развития въездного и внутреннего туризма;

- существование визового режима с экономически развитыми странами, сложного миграционного учета;
- недостаточность национального рекламного бюджета на продвижение туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках;
- дефицит квалифицированных кадров, в частности, со средним специальным образованием, несовершенство образовательных стандартов и др.

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

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

1. Защита прав и интересов туристов как потребителей

1.1. Отказ от применения в области финансового обеспечения ответственности туроператоров по договору о реализации турпродукта плоской шкалы сумм фингарантий. Переход к страхованию ответственности по каждому договору о реализации турпродукта на основе заключаемого туроператором и страховой компанией генерального соглашения и страховых тарифов, дифференцированных применительно к основным видам туристского продукта.

В случае дальнейшего применения существующей системы финансового обеспечения:

- снижение размеров обязательного финансового обеспечения ответственности для туроператоров, специализирующихся на приеме иностранных туристов, до уровня 0,5 млн руб., предусмотренных для туроператоров по внутреннему туризму;

- сохранение минимального порога ответственности туроператоров в области выездного туризма в размере 10 млн руб. и применение шкалы финансового обеспечения, дифференцированной в зависимости от оборотов компании за предшествующий год (из расчета не более 10 % от оборота) и такого критерия, как использование туроператором упрощенной системы налогообложения.

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

1.3. Совершенствование нормативно-правовой базы защиты прав и интересов путешествующих как пассажиров. В частности, введение запрета на доплаты за выкупленные чартерные авиабилеты в течение месяца до даты вылета.

1.4. Разработка утверждаемых Правительством РФ правил обслуживания в сфере отдельных видов туризма (детский, спортивный и др.).

2. Финансовая поддержка со стороны государства

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

2.2. Увеличение и повышение эффективности расходов на рекламу туристических возможностей страны в России и за рубежом из средств государственного бюджета, в том числе предоставление бесплатного времени для теле- и радиотрансляции соответствующих программ и рекламы на государственных каналах.

2.3. Воссоздание ликвидированной в 1999 г. системы российских национальных офисов по туризму за рубежом.

2.4. Увеличение расходов на санаторно-курортное лечение и оздоровление льготных категорий граждан и детей за счет средств государственного бюджета и государственных внебюджетных фондов, в частности ФСС, с учетом, как минимум, индекса инфляции. В том числе повышение с учетом инфляции нормативов расходов в расчете на день пребывания соответствующих категорий граждан в санаторно-курортных и детских оздоровительных учреждениях. Повышение эффективности использования соответствующих ассигнований с точки зрения адресности социальной поддержки и показаний для санаторно-курортного лечения лиц, направляемых в здравницы за счет средств государственного бюджета и социального страхования.

2.5. Расширение практики дотирования пассажирских перевозок для льготных категорий граждан и жителей отдаленных районов страны.

2.6. Расширение практики частичного финансирования процентной ставки по кредитам для строительства, ремонта и реконструкции предприятий индустрии гостеприимства на региональном уровне, а также упрощение процедуры получения такого рода адресной поддержки.

3. Налогообложение

3.1. Уменьшение базы по НДФЛ в части расходов на услуги проживания и питания при приобретении санаторно-курортных путевок, в том числе оплаченных за счет средств добровольного медицинского страхования. В настоящий момент налогоплательщик имеет право на получение социального налогового вычета по сумме, направленной на оплату санаторно-курортной путевки только в части медицинских услуг.

3.2. Введение социальных налоговых вычетов по НДФЛ на суммы оплаты услуг, входящих в стоимость турпутевок на отдых и путешествия внутри страны.

3.3. Отмена НДС на доходы туроператоров и турагентств от реализации санаторно-курортных путевок.

3.4. Отмена НДС на доходы предприятий индустрии гостеприимства, полученные от реализации услуг нерезидентам.

3.5. Увеличение предельных размеров выручки, предусмотренных для предприятий, находящихся на упрощенной системе налогообложения, в том числе предприятий туристической индустрии.

3.6. Распространение на турагентства и предприятия индустрии гостеприимства, относящиеся к категории микробизнеса, возможности использования упрощенной системы налогообложения на основе патента.

3.7. Расширение налоговых льгот для резидентов особых экономических зон туристско-экскурсионного типа.

3.8. Осуществление мониторинга налогов и сборов, ставки которых определяются на региональном и муниципальном уровнях (налоги на землю, имущество юридических лиц, плата за пользование водными ресурсами, охотничьими угодьями и др.), а также ставок обязательных платежей, устанавливаемых уполномоченными организациями (вознаграждения за использование объектов интеллектуальной собственности, портовых, аэропортовых сборов и т.д.). Разработка предложений и рекомендаций, направленных на предупреждение дальнейшего роста соответствующих платежей предприятиями туристической индустрии и санаторно-курортного комплекса.

4. Таможенное регулирование

4.1. Отмена или, как минимум, снижение ввозных таможенных пошлин на автобусы, предназначенные для перевозок туристов и экскурсантов.

4.2. Снижение ввозных таможенных пошлин на воздушные суда, в том числе среднемагистральные.

4.3. Отмена ввозных таможенных пошлин на круизные суда.

4.4. Освобождение резидентов ОЭЗ туристско-рекреационного типа от ввозных таможенных пошлин на материалы и оборудование, импортируемое для строительства и реконструкции объектов на территории зон.

5. Тарифное регулирование

5.1. Снижение тарифов на пассажирские перевозки с учетом падения цен на энергоносители.

5.2. Развитие бюджетных (low cost) пассажирских авиаперевозок.

5.3. Введение гибкой системы ценообразования и политики агентских продаж на железнодорожном транспорте (применение групповых тарифов, бонусных систем, агентского комиссионного вознаграждения).

5.4. Осуществление мониторинга цен и тарифов на услуги туристам и предприятиям туристической индустрии, регулируемых государством и/или оказываемых уполномоченными государственными органами предприятиями, учреждениями и организациями.

6. Туристские формальности

6.1. Упрощение визового режима въезда в Россию с туристскими целями для граждан экономически развитых стран, генерирующих основные международные турпотоки и не представляющих угрозы с точки зрения нелегальной трудовой миграции.

6.2. Развитие безвизового обмена и более активное участие МИД РФ в урегулировании визовых конфликтов с консульствами зарубежных государств в России, возникающих в связи с попытками необоснованного ужесточения туристских формальностей.

6.3. Дальнейшее упрощение процедуры регистрации путешествующих с туристскими целями иностранных и российских граждан в коллективных средствах размещения. Предоставление туроператорам по аналогии с гостиницами права оказывать содействие в регистрации туристов, проживающих в жилом фонде, при соблюдении определенных правил взаимодействия с органами ФМС и других требований на основе специально разработанного положения, утверждаемого Правительством РФ.

6.4. Разрешение захода иностранных круизных судов во внутренние воды Российской Федерации.

6.5. Создание пограничных переходов на границе и пунктов пограничного и таможенного контроля в аэропортах и портах городов и районов, привлекательных для посещения иностранными туристами.

6.6. Отказ от требования регистрации в Едином федеральном реестре туроператоров гостиниц и других коллективных средств размещения для получения права визовой поддержки иностранных туристов в Россию.

6.7. Осуществление мониторинга реализации конституционного права граждан на свободу передвижения и доступности для туристов объектов природного и культурного наследия, в том числе особо охраняемых территорий. Разработка пакета нормативных актов, направленных на совершенствование регулирования турпотоков на основах принципов устойчивого развития туризма.

7. Кадровое обеспечение

7.1. Адаптация государственных образовательных стандартов к требованиям работодателей в лице предприятий туристической индустрии относительно уровня подготовки и квалификации выпускников высших и сред-

них специальных учебных заведений, обучающихся по профильным специальностям.

7.2. Расширение подготовки кадров для предприятий индустрии гостеприимства в системе среднего специального образования.

7.3. Разработка и осуществление программы переподготовки и повышения квалификации кадров туристских работников, высвобождаемых в результате кризиса, на базе действующих учебных заведений и курсов, созданных самими предприятиями и организациями туристской индустрии.

7.4. Государственная поддержка системы подготовки кадров для туристской индустрии в части строительства учебных гостиниц.

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

УДК 338.486(470.22)

Браинин М.Б.

Громов В.В.

Коткин Е.Е.

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА В РЕСПУБЛИКЕ КАРЕЛИЯ

На примере управления развитием туристской отрасли Республики Карелия в статье рассматриваются методологические проблемы совершенствования стратегического планирования в сфере туризма. Применение инновационных, научно-обоснованных подходов позволило повысить эффективность системы государственного регулирования туризма, обеспечить развитие туризма опережающими по сравнению с другими отраслями темпами.

Brainin M.B., Gromov V.V., Kotkin E.E. Forming the competitive tourism complex in the Republic of Karelia

The methodological problems concerning improvement of the strategic planning in the tourism sphere are investigated in the article on the example of the tourism development management in the Republic of Karelia. Implementations of innovative, scientific-based approaches allow to enhance effectiveness of the public tourism regulation system, to provide the intensive tourism development compared with another industries.

Конкурентные преимущества Республики Карелия в сфере туризма

Карелия, обладая выгодным геополитическим положением, богатыми рекреационными ресурсами и многовековым культурно-историческим наследием, занимает особое место на туристском рынке и вызывает устойчивый интерес у россиян и иностранцев.

Тот факт, что на территории Республики Карелия находится более четырех тысяч культурно-исторических и природных памятников, таких как музей-заповедник «Кижский полог», первый российский курорт «Марциальные воды», петроглифы – наскальные изображения, выбитые рукой первобытного человека более 5 тыс. лет назад, позволяет считать республику одним из туристских центров Северо-западного Федерального округа.

В Республике Карелия сложились хорошие условия для рекреации и развития различных видов туризма: культурно-познавательного, природного, экологического, спортивного, водного, сельского. По данным независимых информационных агентств Карелия удерживает третье место по общей туристской привлекательности для отечественных туристов и первое место по привлекательности в области активных видов туризма.

В поздравлении Президента Российской Федерации Д.А. Медведева жителям Карелии по случаю 90-летия со дня образования Республики Карелия республика названа «одним из крупнейших центров туризма в стране».

Программно-целевой подход к развитию туризма

Стратегией социально-экономического развития РК до 2020 г. впервые определена миссия туризма – стать одной из трёх основных составляющих экономической базы региона наряду с лесным и горнопромышленными комплексами.

Сформулирована новая стратегическая цель региональной экономической политики: «формирование в республике высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса».

Разработана Стратегия развития туризма в Республике Карелия до 2020 г., содержащая целевые показатели развития туризма на долгосрочную перспективу:

- доведение доли туризма в валовом региональном продукте до 15 %;
- увеличение потока посетителей в РК до 3,5 млн чел. в год.

Достижение стратегической цели осуществляется на данном этапе путём реализации региональных целевых программ развития туризма; в настоящий момент – региональной целевой программы «Развитие туризма в Республике Карелия на период до 2010 года».

Целевые программы развития туризма являются, в свою очередь, базой для разработки кратко- и среднесрочных программ развития туризма в муниципальных образованиях, регламентируют порядок взаимодействия Министерства экономического развития Республики Карелия с рядом межведомственных, общественных и научных организаций, вовлечённых в процессы организации и регулирования туристской деятельности на территории Карелии.

Текущее состояние индустрии туризма в Республике Карелия

Развитие туризма в Республике Карелия в 2009-2010 гг. происходит в условиях финансово-экономического кризиса, оказавшего существенное воздействие на динамику развития всех отраслей экономики.

Кроме того, произошло перераспределение туристского потока в сторону роста постоянно падавшей на протяжении последних лет доли неорганизованных посетителей (в частности, самодельных туристов) с соответствующим сужением спектра востребованных туристских услуг.

В 2009 г. наблюдался спад в пределах 10-20 % значений основных количественных показателей, характеризующих развитие организованного туризма в республике. Первые промежуточные результаты текущего сезона, фиксируемые на основании экспресс-опросов руководителей туристских организаций и гостиничных предприятий республики, подтверждают прогнозирувавшееся развитие ситуации без явно выраженной динамики по отношению к соответствующему периоду 2009 г.

Несмотря на некоторое снижение ряда ключевых показателей, произошедшее по объективным причинам в прошедшем году, рост за годы реализации трёх программ развития туризма – с 2000 г. – составил:

- общего количества посетителей республики – 1,4 раза (с 1,28 до 1,82 млн чел. в год). При этом доля организованных туристов и экскурсантов увеличилась с 18 до 30 %;
- валового дохода от всех видов въездного туризма в республику – более чем в 3 раза (с 1,3 до 4,2 млрд руб. в год);
- объёма туристско-экскурсионных и гостиничных услуг – 4,4 раза (со 132 до 580 млн руб. в год);
- объёма внебюджетных инвестиций в инфраструктуру туризма – более чем в 5 раз (со 105 до 600 млн руб. в год).

Перспективы развития туризма

С учётом продолжающегося воздействия проявлений финансово-экономического кризиса, оказывающего существенное влияние на динамику развития всех отраслей экономики, наиболее вероятными при прогнозировании на ближайшие годы представляются два сценария развития событий.

Пессимистический вариант базируется на перспективе долговременного сохранения кризисных явлений, либо нарастания влияния последующих волн кризиса на состояние социальной сферы. В этом случае в качестве максимально успешного пути развития прогнозируется сохранение значений основных показателей на уровне предыдущего года.

Оптимистический вариант предполагает рост показателей, характеризующих развитие туризма в республике, при условии выхода российской экономики из кризиса, перераспределения потоков российских туристов от зарубежных стран при проведении продуманной ценовой политики. Прогноз этого варианта функционирования предполагает ежегодный рост значений показателей на 5-7 % (с 2013 г. – до 10 %). Для финансовых показателей данное увеличение следует корректировать с учётом дефляторов.

В сложившихся обстоятельствах существенно возросла роль государственного регулирования развития туризма. Ограниченность материальных ресурсов при существенном увеличении количества проблем в отрасли накладывает жёсткие требования на качественную составляющую государственной поддержки.

Государственная поддержка развития отрасли

Основные усилия Министерства экономического развития Республики Карелия по поддержке развития инфраструктуры туризма в республике направлены на внедрение результатов разработки, разработанной в 2008 г. Генеральной схемы размещения объектов и инфраструктуры туризма в Республике Карелия, оказание инвесторам необходимой финансовой (в виде выдачи грантов на создание собственного бизнеса и субсидирования части процентной ставки при получении коммерческих кредитов) и организационно-методической поддержки, совершенствование системы туристского образования с целью вовлечения жителей республики в туристскую деятельность. Высокий инвестиционный потенциал территории подтверждается тем фактом, что даже в кризисном 2009 г. в республике были завершены, продолжены или начаты 57 инвестиционных проектов в сфере туризма с общим объёмом внебюджетных вложений 452,7 млн руб.

Генеральная схема размещения объектов и инфраструктуры туризма – важнейшая составная часть схемы территориального планирования Республики Карелия – имеет горизонт планирования до 2025 г. Она включает в себя аналитические данные о состоянии и перспективах развития туризма, документы территориального планирования развития туризма, проектно-планировочные решения, системы туристских маршрутов, оценку инвестиционной ёмкости и эффективности предлагаемых к реализации инвестиционных проектов по строительству и эксплуатации объектов туристской и вспомогательной инфраструктуры.

Генеральная схема является новым направлением в системе стратегического планирования и управления социально-экономическим развитием региона не только для Республики Карелия, но и на российском уровне.

Важнейшим элементом государственной поддержки в условиях ужесточения конкурентной борьбы между основными туристскими регионами за перераспределение сократившихся потоков отечественных и зарубежных туристов стало активное участие в крупнейших туристских выставках. Республика в той или иной форме ежегодно принимает участие в 8-10 международных туристских выставках и ярмарках, а на выставках МАТКА (Хельсинки, январь) и ИНТУРМАРКЕТ (Москва, март) за счёт средств региональной целевой программы развития туризма приобретались площади свыше 40 кв. м для организации единого стенда Республики Карелия.

Главными направлениями работы по сохранению приоритетного значения туризма для экономики Карелии стали законодательские инициативы, стимулирование качественного обслуживания гостей республики путём проведения конкурса «Лидеры карельского турбизнеса» среди туристских организаций и гостиничных предприятий, координирующие действия по выработке согласованной ценовой и маркетинговой политики предприятиями сферы туризма и смежных отраслей.

7-10 июня 2010 г. в рамках празднования 90-летия образования Республики Карелия Министерство экономического развития Республики Карелия совместно с Карельским научным центром РАН, Институтом экономики Карельского научного центра РАН, Выставочным агентством «Еврофорум», Торгово-промышленной палатой Республики Карелия, Национальной академией туризма, Российской международной академией туризма, Российским союзом туристической индустрии, Карельским институтом туризма, Центром исследований туризма Университета Восточной Финляндии при поддержке Министерства спорта, туризма и молодёжной политики Российской Федерации, Федерального агентства по туризму было запланировано проведение Международного туристского форума «Карелия – 2010. Туризм и модернизация экономики России».

Решение о проведении Форума было принято Правительством Республики Карелия в целях организации эффективной работы по реализации основных положений Послания Президента Российской Федерации от 12 ноября 2009 г., создания условий для стабилизации экономики и предпосылок её дальнейшего устойчивого развития.

Основные задачи Форума – усиление роли Северо-Запада России как центра международного взаимодействия в сфере туризма в новых экономических условиях, повышение инвестиционной привлекательности туристской индустрии приграничных регионов России, обмен опытом международного сотрудничества, реализация международных проектов в сфере туризма.

Успешное проведение Международного туристского форума «Карелия – 2010. Туризм и модернизация экономики России» станет основанием для положительного решения вопроса о придании Форуму статуса традиционного мероприятия.

На федеральном уровне планируется участие проектов от Республики Карелия в конкурсных процедурах по формированию перечня инвестиционных проектов, предлагаемых к включению в разрабатываемый проект федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2016 годы)».

Министерством экономического развития Республики Карелия подготовлены предложения о включении основных мероприятий по реализации Генеральной схемы в разрабатываемую федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2016 годы)», будет подготовлен и направлен в адрес Минспорта РФ пакет документов, содержащий пояснительную записку и паспорта пяти инвестиционных проектов разной степени готовности (от процесса реализации до ТЭО): горнолыжного-бальнеологического курорта «Спасская Губа», туристско-горнолыжного комплекса «Гора Пяйнур», туристских комплексов в Заонежье, спортивно-туристского комплекса «Курган» и физкультурно-оздоровительного комплекса в г. Костомукша.

Необходимым условием допуска к участию в организуемых Министерством спорта, туризма и молодёжной политики РФ конкурсных процедурах на право включения инвестиционных проектов Республики Карелия в перечень мероприятий разрабатываемой федеральной целевой программы развития туризма является наличие и подтверждённое бюджетное финансирование региональной целевой программы развития туризма.

С этой целью будет организована работа по подготовке и утверждению региональной целевой программы развития туризма на период до 2016 г. в соответствии с требованиями Порядка принятия решений о разработке долгосрочных целевых программ Республики Карелия, их формирования и реализации.

Научное обеспечение системы государственного управления развитием туризма

В современных условиях для приграничных регионов, обладающих, как правило, незначительным промышленным потенциалом, экономические системы которых отличались высокой степенью моноструктурности и ярко выраженной ресурсо-добывающей ориентацией, остро стал вопрос о поиске инновационных направлений социально-экономического развития и модернизации на этой основе экономики. При этом основными принципами региональной экономической политики в условиях обострившихся диспропорций в развитии отдельных регионов должны были стать курс на самостоятельность в выборе приоритетов регионального

развития, саморазвитие и саморегулирование, определение места в межрегиональном разделении труда с опорой на использование собственного потенциала и конкурентных преимуществ. Решение столь сложных задач потребовало выработки новых механизмов государственного регулирования развития территориальных хозяйственных комплексов, основанных на видении картины будущего, определении направлений максимально эффективного использования ресурсов территорий. Поэтому в последние годы возростала актуальность научно-обоснованного подхода к стратегическому планированию регионального развития, определению и оказанию приоритетной государственной поддержки развитию перспективных секторов экономики, призванных расширить региональную экономическую базу, обеспечить сбалансированное пространственное развитие приграничных территорий.

Серьезный научный анализ потенциальных конкурентных преимуществ Республики Карелия в межрегиональном и международном разделении труда, выполненный в 1998 г. по заказу Правительства РК Карельским научным центром РАН и рядом других карельских научных учреждений при разработке Концепции социально-экономического развития Республики Карелия до 2010 г., позволил впервые идентифицировать туризм в качестве одного из приоритетов социально-экономического развития республики.

С целью получения информации о масштабах и перспективах туристской деятельности исполнительными органами государственной власти Республики Карелия совместно с Институтом экономики Карельского НЦ РАН в 2000-2010 гг. выполнен широкий круг исследований, направленных на разработку методик определения совокупного валового дохода от туризма с учётом мультипликативного влияния на развитие смежных секторов экономики, формирование системы статистических обследований туристских организаций, экономический мониторинг туристско-рекреационного потенциала Республики Карелия и реального уровня его использования, разработку полного пакета документов стратегического и пространственного планирования развития туризма.

Результаты исследований позволили резко повысить предпринимательскую активность в сфере туризма, обеспечить прорыв в привлечении инвестиций в развитие инфраструктуры туризма и смежных отраслей, сформировать эффективную систему государственного управления развитием туризма, создать условия для формирования конкурентоспособного туристского комплекса в Республике Карелия.

Стратегические перспективы

Разработанный на основе Генеральной схемы размещения объектов и инфраструктуры туризма комплексный проект «Карелия туристская», призванный в полной мере реализовать потенциал Республики Карелия как одного из ведущих российских и международных туристских центров, получил в июне 2008 г. высокую оценку Председателя Правительства Российской Федерации В.В. Путина.

На основании подготовленных Правительством Республики Карелия документов с обоснованием конкурентных преимуществ республики Министерство регионального развития Российской Федерации в рамках Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г. (в части регионального развития) определило Республику Карелия в качестве территории опережающего развития туризма (рис. 1).

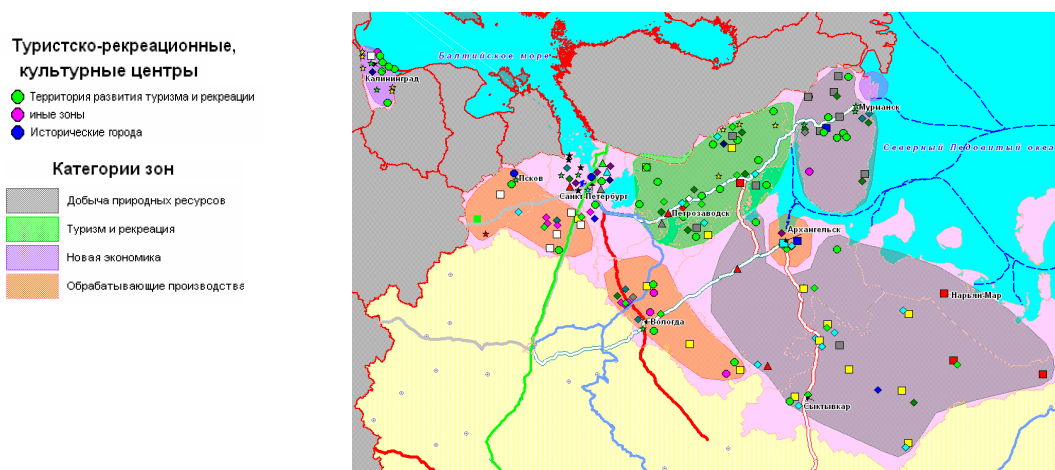


Рис. 1. Туристско-рекреационные, культурные центры

В результате скоординированной работы туристских организаций, гостиничных предприятий республики, органов государственной власти и местного самоуправления Республика Карелия существенно продвинулась в решении узловых задач по формированию республиканского туристского кластера, подготовки инвестиционных площадок под строительство объектов туристской инфраструктуры. Министерством строительства Республики Карелия в ходе проводимой корректировки Схемы территориального планирования Рес-

публики Карелия обеспечено включение в неё согласованных с Министерством экономического развития Республики Карелия объектов туристской инфраструктуры:

- 1) Горнолыжного рекреационного бальнеологического курорта «Спасская Губа» (Кондопожский муниципальный район).
- 2) Туристско-горнолыжного комплекса «Гора Пяйнур» (Лоухский муниципальный район).
- 3) Входной зоны первого российского курорта «Марциальные воды» (Кондопожский район).
- 4) Республиканского центра водного туризма и парусного спорта (г. Петрозаводск).
- 5) Туристских комплексов в Заонежье: Великая Губа, Усть-Яндома, Кондобережная, Типиницы (Медвежьегорский муниципальный район).
- 6) Туристских комплексов на островах Карпонсаари, Пеллотсаари, Риеккалансаари (Сортавальский муниципальный район).

Основной акцент региональной экономической политики в области туризма сделан на создание конкурентоспособного туристского кластера – совокупности сконцентрированных по географическому принципу организаций, представляющих тесно связанные между собой отрасли, которые имеют отношение к индустрии гостеприимства (рис. 2).

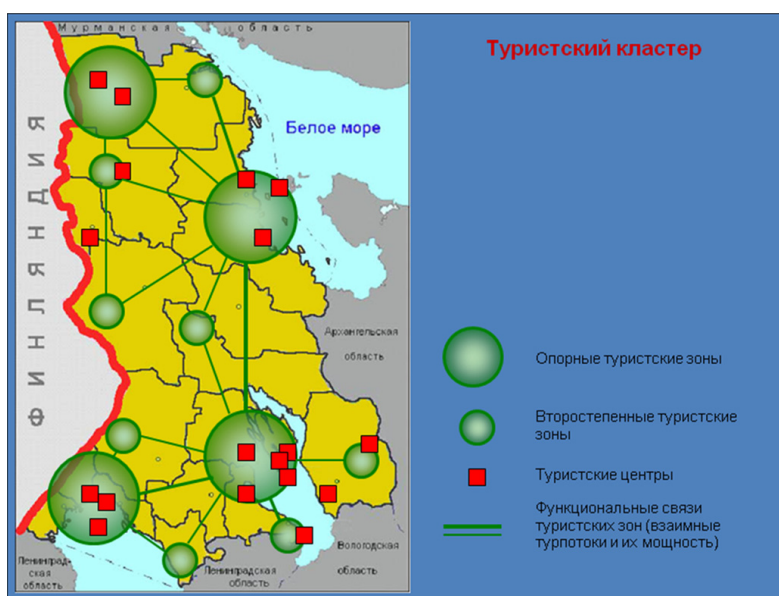


Рис. 2. Схема туристского кластера

В состав сетевой экономической зоны туристско-рекреационного типа входят 4 опорных туристских центра и 8 – вспомогательных (локальных) центров. Туристские центры увязаны между собой системой туристской инфраструктуры, коммуникациями, туристскими маршрутами и туристскими проектами. Специализация каждого из выделяемых туристских центров складывается на основе уникального сочетания туристско-рекреационных ресурсов и факторов, характеризующих особенности территории.

Генеральной схемой размещения объектов и инфраструктуры туризма в Республике Карелия в качестве опорных зон отдыха и рекреации определены (рис. 3):

1. «Приладожская» зона – территория Приладожья: Сортавала, Лахденпохский и Питкярантский районы, Вяртсиля;
2. «Центральная» зона – Петрозаводск, Кондопожский район (Спасская губа, Кивач, Марциальные воды), Медвежьегорский р-н (о-ва Кижского ожерелья и Заонежье);
3. «Пяозерская» зона – территория Лоухского района (парк Паанаярви);
4. «Кемско-Беломорская» зона – Кемский и Беломорский районы (побережье Белого моря).

В качестве второстепенных зон:

5. «Олонецкая» зона – Олонецкий район (г. Олонец, побережье Ладожского озера);
6. «Шелтозерская» зона – территория Прионежского района (с. Шелтозеро);
7. «Суоярвская» зона – территория Суоярвского района (Койтойоки, Толвоярви);
8. «Сегежская» зона – территория Сегежского района (оз. Сегозеро);
9. «Муезерская» зона – территория Муезерского района;
10. «Калевальская» зона – территория Калевальского района и г. Костомукши;
11. «Приполярная» зона – территория Лоухского района (п. Чупа, побережье Белого моря);
12. «Пудожская» зона – Пудожский район (Обонежье, Водлозерский парк).

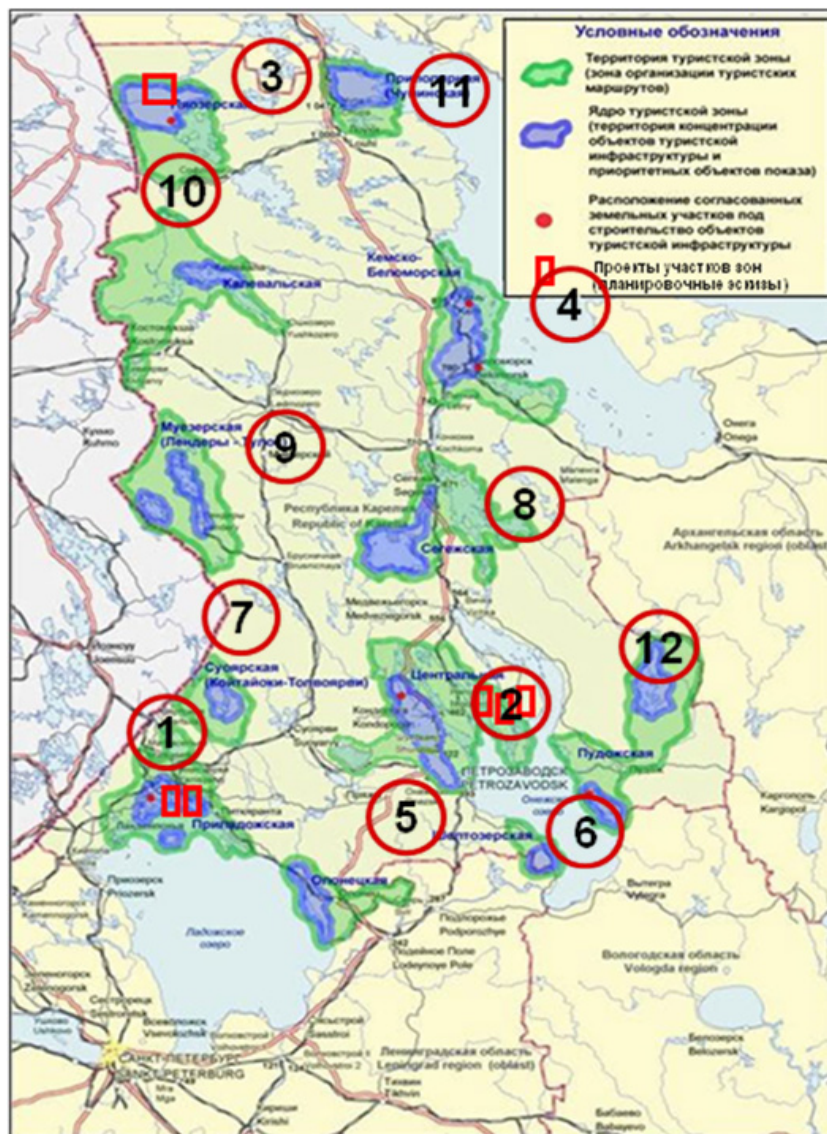


Рис. 3. Опорные зоны отдыха и рекреации

В пределах каждого из 12 опорных центров объекты туризма, инженерной инфраструктуры и другие размещаются на определенных специально отобранных земельных участках в муниципальных районах.

Администрациям муниципальных образований Республики Карелия рекомендовано использовать материалы Генеральной схемы при подготовке документов территориального планирования муниципальных районов и городских округов. Используя рекомендованные при разработке документов территориального планирования материалы Генсхемы, администрации муниципальных образований Республики Карелия активизировали деятельность по выделению земельных участков под туристское строительство.

Разработки в рамках Генеральной схемы размещения объектов и инфраструктуры туризма играют важную роль в решении вопроса о перепрофилировании экономического развития монопрофильных населённых пунктов Карелии, наличие которых исторически обусловлено сложившимся превалированием развития лесопромышленного и горнопромышленного комплексов. Мероприятия по развитию туризма, включаемые в программы развития населённых пунктов, позволят в значительной степени снизить влияние градообразующих предприятий на социально-экономическую жизнь ряда населённых пунктов республики.

Задачи на ближайший период

В ходе постоянного диалога с предпринимателями отмечен ряд требующих решения проблем, тормозящих дальнейшее развитие инфраструктуры туризма:

1. Низкие финансовые нормативы на ремонт и содержание республиканских дорог не позволяют надлежащим образом осуществлять обслуживание дорог в зимний период и проводить их текущий ремонт и содержа-

ние в летнее время. Не соответствует требованиям международного автомобильного сообщения состояние автомобильных дорог, ведущих к международным автомобильным пунктам пропуска «Вяртсиля», «Суоперя».

2. Проблемы длительности процедуры перевода земель из одной категории в другую, решения вопросов по оформлению земельных участков, находящихся в лесном фонде, обостряются в связи с ростом интереса инвесторов к конкретным участкам, требующим перевода земель.

3. По ряду территорий чрезмерно высок размер арендной платы на землях рекреационного назначения, установленный постановлением Правительства Республики Карелия № 125-П от 30.06.2008 г. Так, в Пряжинском районе – одна из самых высоких ставок по республике – 96000 руб. за гектар.

4. Долго проходят процедуры согласования актов выбора участков в Министерстве культуры Республики Карелия, процедуры постановки земельных участков на государственный кадастровый учет (даже в случаях, когда следует отказ для переоформления документов).

Для формирования в Республике Карелия современного высокоэффективного туристского комплекса необходимо продолжить консолидированные действия органов государственной власти и местного самоуправления, предприятий и организаций туристической индустрии по следующим ключевым направлениям:

– стимулирование мерами государственной поддержки в сфере инвестиционной и налоговой политики роста объема внебюджетных инвестиций в развитие современной инфраструктуры туризма Карелии;

– продолжение работы с федеральными органами исполнительной власти по включению предложенных республикой инвестиционных мероприятий по реализации Генеральной схемы в федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2016 гг.)»;

– решение вопросов о выделении в 2011-2012 гг. ассигнований из бюджета Республики Карелия для разработки проектно-сметной документации по соответствующим объектам;

– поддержка инициатив местного населения по строительству малых коллективных средств размещения, гостевых домов с целью развития различных (в частности, сельского) видов туризма;

– оптимизация процедур согласования, перевода и постановки на учет земельных участков, отобранных для организации на них туристско-рекреационных объектов.

В целом геополитическое положение и туристский потенциал Республики Карелия определяют значение туризма в качестве одного из приоритетов социально-экономического развития карельских территорий. Отрасль в перспективе способна играть базовую роль в социально-экономическом развитии региона.

УДК 338.482:311

Васильева А.В.

ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ СЧЕТ ТУРИЗМА КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ БАЗЫ ПО ТУРИЗМУ

Вспомогательный счет туризма – метод оценки роли туризма в экономике, основанный на сборе и анализе огромного числа статистических данных. В основе метода лежат идеи скрупулезного сбора информации, а затем подробного анализа всех аспектов спроса на товары и услуги, которые в экономике могут быть связаны с туризмом. В данной работе Вспомогательный счет туризма рассматривается как эффективный инструмент формирования международной статистики туризма.

Vasilieva A.V. The Subsidiary Account of Tourism as a Tool of Forming the Territorial Information Base on Tourism

The subsidiary account of tourism is a method for estimation of a role of tourism in the economy based on collection and processing of a large number of the statistical data. The base of the method is the principle of detailed collection of information and detailed analysis of all the aspects concerning the goods' demand and the services' demand that can be linked with the tourism. In the article, the subsidiary account of tourism is considered as an effective tool for formation of the international statistics of tourism.

Для успешной работы в любой сфере деятельности необходимо обладать наиболее полными данными о ней. Очевидно, что туризм не исключение из этого правила. Туризм – достаточно динамично развивается даже после мирового кризиса. Подтверждением этого может быть тенденция роста мирового туризма. По прогнозам Всемирного барометра туризма ЮНВТО в 2010 г. число международных туристских прибытий возрастёт на 2-4 %, что продемонстрирует достаточно уверенное восстановление¹. В свете данной тенденции неудивительно, что туризм во всём мире привлекает инвесторов. Инвесторы, вкладывая свои денежные средства, хотят принимать взвешенные решения, подтвержденные достоверными цифрами и фактами. Исходя из вышесказанного очень важно, чтобы каждая территория, развивающая туризм, стремилась к формированию информационной базы. Но не только инвесторы заинтересованы в формировании подобных информационных баз. Правительственные организации, занимающиеся контролем в области туризма и его развитием, также нуждаются в информационной обеспеченности. По мнению специалистов, представляющих Комиссию Европейских сообществ, Организацию

¹ Официальный сайт Всемирной Туристской Организации. www.unwto.org.

экономического сотрудничества и развития, Всемирную туристскую организацию и Статистический отдел Организации Объединенных Наций вспомогательный счет туризма может стать эффективным инструментом формирования международной статистики туризма. Вспомогательный счет туризма – это метод оценки роли туризма в экономике, основанный на сборе и анализе огромного числа статистических данных. В основе этого метода лежат идеи скрупулезного сбора информации, а затем подробного анализа всех аспектов спроса на товары и услуги, которые в экономике могут быть связаны с туризмом. При построении вспомогательного счета туризма каждая страна должна учитывать индивидуальные особенности развития.

Исторически процесс формирования предпосылок к возникновению данного метода, его непосредственная разработка и внедрение в практику был достаточно долгим. Время с 1937 г., когда Совет Лиги Наций рекомендовал определение термина «международный туризм», по 1980-е годы можно определить как период разработки классификаций и определений для статистики туризма. Начиная с 80-х по 90-е годы, происходила корректировка теоретической базы, целью которой стала сопоставимость имеющихся классификации и определений с другими международными статистическими системами. Именно в этот период произошли первые попытки включить туризм в аналитические рамки систем национальных счетов. 1999 и 2000 гг. стали важным этапом развития данного вопроса. В 1999 г. была создана межсекретариатская рабочая группа ВТО–ОЭСР–Евростат с целью разработки общей концептуальной основы для подготовки методологической основы вспомогательного счета туризма. А в марте 2000 г. Статистической комиссией был принят важнейший документ – «Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа». А 2001 г. стал годом его публикации. Документ «Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа» создан для того, чтобы помочь странам при его построении и является результатом труда множества специалистов, учреждений и стран. Работа над этим документом ведётся постоянно, например в 2008 г. были внесены некоторые изменения. Эти изменения имели уточняющий характер и коснулись некоторых понятий, были дополнены и некоторые классификации. Пионерами применения вспомогательного счета туризма стали такие страны, как Франция и Канада. Сегодня множество стран применяют данную методику для оценки экономического эффекта, а также сбора и структурирования статистической информации относящейся к туризму.

Принципы построения вспомогательного счета туризма, закрепленные в документе «Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа», предвзывают определенные требования к информации, которая используется в этом методе. Именно эти требования и формируют информационную базу по туризму, данные которой сопоставимы, наиболее полные и доступны для восприятия различными категориями потребителей информации. Основные требования к информации следующие:

- должна быть статистической по характеру и готовиться на регулярной основе, то есть не только в виде единовременных расчетов, но и в качестве текущих статистических процессов, сочетающих базовые расчеты с более гибкими видами использования показателей для повышения полезности получаемых результатов;
- расчеты должны опираться на надежные статистические источники, в которых отслеживаются туристы и показатели услуг, возможно, с использованием независимых процедур;
- данные должны быть сопоставимы во времени в одной стране, сравнимы с другими странами, сопоставимы с данными с остальными сферами экономической деятельности;
- данные должны быть внутренне последовательными и представляться в макроэкономических рамках, признаваемых на международном уровне².

После сбора и обработки информации, отвечающей требованиям, данные формируются в таблицы, представленные в логическом и последовательном порядке. Количество таблиц равняется десяти, и охватывают они множество аспектов. Таблицы № 1-3 содержат показатели потребления, относящегося к въездному туризму, в разбивке по продуктам и категориям посетителей. Таблица № 4 называется «Потребление, относящееся к туризму внутри страны, в разбивке по продуктам и видам туризма (чистая стоимостная оценка). Таблица № 5 отражает счета производства в отраслях туризма и других отраслях. Таблица № 6 посвящена внутреннему предложению и потреблению инициированному туризмом внутри страны, в разбивке по продуктам. Таблица № 7 показывает занятость в туризме. Таблица № 8 показывает валовое накопление основного капитала в секторе туризма и смежных сферах деятельности. Таблица № 9 отражает коллективное туристское потребление, в разбивке по функциям и уровням органов государственного управления. Последняя десятая таблица показывает различные неденежные показатели, сформированные в четыре подтаблицы. К неденежным показателям в данном случае относятся такие показатели как число заведений и возможности по размещению, количество прибытий и прочие подобные показатели. Формирование этих таблиц происходит в два этапа. На первом этапе разрабатываются таблицы № 1-6 включительно и № 10. Это минимальное количество таблиц, необходимое для создания вспомогательного счета туризма. На втором этапе создаются таблицы № 7, 8, 9. Способность собрать данные необходимые для этих таблиц, относящихся ко второму этапу, характеризует статистическую систему территории как наиболее продвинутую и современную. Все эти таблицы содержат огромное количество информации, относящейся к туризму, которая может

² «Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework» Commission of the European Communities Eurostat, Organisation for Economic Co-operation and Development, World Tourism Organization, United Nations Statistics Division. Luxembourg, Madrid, New York, Paris – 2001, с.-1.

быть интересна самому широкому кругу пользователей. К наиболее значимым вопросам, которые освещаются таблицами, эксперты относят: анализ спроса, создаваемого различными видами туризма; влияние туристского предложения на базовые макроэкономические переменные соответствующей страны; описание характера занятости и рабочих мест, накопления капитала и нефинансовых инвестиций; воздействие на государственные доходы, образование личного и предпринимательского дохода.

Не может не волновать вопрос о том, планирует ли Россия начать применение такого инновационного метода как вспомогательный счет туризма, который в российских источниках также называется спутниковый счет туризма. В настоящее время работает межведомственная рабочая группа, созданная усилиями Росстата и Ростуризма с привлечением экспертов Банка России, ФСБ России, МИД России и различных предпринимательских объединений в турбизнесе. Группа занимается изучением перспектив внедрения в практику РФ вспомогательного счета туризма. По рекомендациям ВТО, которая оказывает техническую, информационную и консультационную поддержку всем странам, внедряющим ВСТ, на первом этапе должна быть создана организационная платформа, в состав которой войдут представители национальной статистической службы, центрального банка и других государственных организаций, являющихся важными административными источниками для реализации такого масштабного проекта как внедрение вспомогательного счета туризма. На втором этапе должна произойти оценка состояния национальной статистики туризма. Третий этап – разработка пилотного проекта первого вспомогательного счета туризма с учетом особенностей страны.

России сложно определить, когда сформируются благоприятные условия для начала реализации данных этапов. Специалисты говорят о том, что в любом случае это может произойти не раньше 2014 г. На данный же момент руководитель Федеральной службы государственной статистики В.Л. Соколин для формирования информационной базы по туризму рекомендует использовать Порядок определения внутреннего туристского потока в РФ³, а также проводить специальные мероприятия по сбору информации в местах наиболее посещаемых туристами⁴. Соколин В.Л. отмечает, что точность этих данных напрямую зависит от инициативы региональных туристских администраций по проведению в регионах туристских опросов, рекомендованных в указанном Порядке.

Литература

Новиков В.С. Инновации в туризме. – М.: ИЦ «Академия», 2007. – 208 с.

УДК 332

Власова Т.И.

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО – ОДИН ИЗ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ ДИНАМИЧНОГО РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

В статье анализируются возможности государственно-частного партнерства в развитии туризма и приводится опыт Санкт-Петербурга в реализации совместных туристских проектов.

Vlasova T.I. Public-private partnerships - once the main dynamic development tourism and hospitality

The article analyzes the possibility of public-private partnership in tourism development and provides the experience of St. Petersburg in the implementation of joint tourism projects.

Современные экономические условия требуют от государства и бизнеса активизировать деятельность, направленную на повышение эффективности функционирования экономики. Одним из главных направлений в этой связи становится государственно-частное партнерство.

Государственно-частное партнерство можно определить как правовой механизм согласования интересов и обеспечения взаимодействия государства и бизнеса. При этом его необходимо рассматривать как систему эффективного взаимодействия между органами государственного управления разных уровней и бизнесом в целях реализации общественно значимых проектов и программ социально-экономического развития территорий, направленных на улучшение качества жизни и на достижение целей государственного управления, как совокупность форм средне- и долгосрочного взаимодействия для решения общественно значимых задач на взаимовыгодных условиях.

С экономической точки зрения государственно-частное партнерство интересно органам власти как механизм, посредством которого возможна реализация не только приоритетных инвестиционных проектов, но и развитие инфраструктуры, а также совершенствование социальной сферы региона.

³ «Порядок определения внутреннего туристского потока в Российской Федерации. Вклад туризма в экономику субъектов Российской Федерации», утвержден Приказом Ростуризма от 18 июля 2007 г. № 69.

⁴ Мосеев О.В. Статистика туризма: Движение к мировым стандартам // Вопросы статистики. - 2008. - № 5. - С. 13-15. с. - 15.

В настоящее время в России существует целый ряд объективных предпосылок для формирования эффективных форм государственно-частного партнерства позволяющих привлечь частные инвестиции в экономику страны (региона, города), реализовать социально-значимые проекты, обеспечить эффективность использования имущества, находящегося в собственности государства:

- переориентация выездных туристских потоков на внутренние в условиях кризиса;
- создание новых особых экономических туристско-рекреационных зон и комплексов, реконструкция существующей рекреационной инфраструктуры на уровне требований мировых стандартов;
- создание системы научного и кадрового сопровождения развития индустрии туризма России;
- создание системы малого и среднего бизнеса, обеспечивающего всестороннее развитие индустрии туризма;
- осознание необходимости развития туризма и отдыха органами законодательной и исполнительной власти всех уровней.

Этому в определенной степени способствует и нормативно-правовая деятельность государства, хотя и она в первую очередь требует серьезного совершенствования:

- ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» (дополнение от июля 2006 г. о создании зон туристско-рекреационного типа);
- ФЗ «О местном самоуправлении» (дополнение от декабря 2008 г., разрешающее планирование и расходование средств местных бюджетов на рекреационную и туристскую деятельность);
- ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (от 24 июля 2007 г).

В туристической сфере реализуются проекты на основе государственно-частного партнерства, как правило, трех видов: комплексные (создание особых экономических зон туристско-рекреационного типа, федеральные либо региональные целевые программы), целевые (по отдельным направлениям или задачам развития туротрасли) и обеспечивающие (опосредованно влияющие на туризм – например, по развитию транспортной инфраструктуры).

При этом основными формами государственно-частного партнерства в сфере экономики и государственного управления, как правило, являются: государственные контракты, арендные отношения, финансовая аренда (лизинг), государственно-частные предприятия, соглашения о разделе продукции и концессионные соглашения.

Наиболее ярким и показательным примером комплексных проектов с использованием государственно-частного партнерства в туризме является создание особых экономических зон туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ). Государственно-частное партнерство в рамках данных проектов заключается в совместном вложении средств бюджета и частных инвестиций в развитие той или иной территории в интересах развития туристской отрасли региона. Как известно, в феврале 2007 г. постановлениями Правительства РФ создано семь туристско-рекреационных зон (Республика Алтай, Республика Бурятия, Калининградская и Иркутская области, Краснодарский, Алтайский и Ставропольский края). В 2008 г. было начато проектирование и строительство первых объектов инфраструктуры. Однако, в связи с экономическим кризисом из семи ТР ОЭЗ активное развитие продолжается только в трех – «Бирюзовая Катунь» в Алтайском крае, «Алтайская долина» в Республике Алтай и «Байкальская гавань» в Бурятии.

Рассматривая государственно-частное партнерство применительно к реализации федеральных и региональных целевых программ, следует отметить, что в настоящее время в субъектах РФ реализуются 65 региональных целевых программ развития туризма, финансирование которых составляет по предварительным оценкам около 37 млрд руб. Из них из внебюджетных источников около 32 млрд руб., что составляет почти 85 % от общей суммы.

Активно развивается государственно-частное партнерство в сфере развития туристской инфраструктуры, когда государство через федеральные целевые программы финансирует развитие инженерной инфраструктуры, а бизнес инвестирует в строительство гостиниц, подъемников и т.п.

Если говорить о реализации целевых и обеспечивающих проектов в сфере туризма на основе государственно-частного партнерства, то весьма показательным может быть, как представляется, пример Санкт-Петербурга – одного из ведущих экономических и туристских центров страны.

В настоящее время на основе государственно-частного партнерства в Санкт-Петербурге реализуется целый ряд крупных инвестиционных проектов, имеющих стратегическое значение для города:

- Строительство первой очереди скоростной платной автомобильной дороги Москва-Санкт-Петербург.
- Строительство автодороги «Западный скоростной диаметр».
- Модернизация аэропорта «Пулково» и строительство третьего современного пассажирского терминала.
- Строительство на Васильевском острове морского пассажирского порта, способного принимать крупнотоннажные круизные и паромные суда, и намыв территории под застройку недвижимостью по проекту «Морской фасад».
- Создание нового вида скоростного пассажирского транспорта «Надземный экспресс».
- Строительство Орловского туннеля.

- Создание особой экономической зоны технико-внедренческого типа и др.

Указанные стратегические проекты имеют определяющее значение для развития туристской отрасли Санкт-Петербурга. Их реализация позволит в перспективе существенно увеличить потоки зарубежных и отечественных туристов, прибывающих в Санкт-Петербург автомобильным, авиационным и морским транспортом, улучшить туристско-экскурсионное обслуживание гостей нашего города.

Создание особой экономической зоны технико-внедренческого типа в Санкт-Петербурге, кроме того, послужит, как представляется, мощным стимулом для дальнейшего развития конгрессно-выставочного туризма в городе.

Государственно-частное партнерство является ключевым механизмом в решении такой стратегической задачи для Санкт-Петербурга как привлечение инвестиций в строительство гостиниц всех классов: от пяти звезд до экономичных мини-отелей, как в историческом центре города, так и в пригородах.

На наш взгляд, весьма привлекательным представляется применение механизма государственно-частного партнерства также по отношению к реконструкции памятников истории и архитектуры, как основных элементов туристской привлекательности города.

Реализуются в Санкт-Петербурге и, если можно так выразиться, «чисто туристические проекты» на основе государственно-частного партнерства.

Прежде всего, это проект «Городской водный туристско-экскурсионный автобус», который функционирует уже с 2004 г. Для его реализации было создано некоммерческое партнерство с идентичным названием, в состав которого вошли «Городской туристско-информационный центр» и шесть ведущих прогулочно-экскурсионных судоходных компаний города. Маршруты следования экскурсионных судов разработаны таким образом, что позволяют увидеть с воды все красивейшие архитектурные ансамбли города, сделать остановки и посадку-высадку туристов у наиболее популярных объектов туристского интереса. Ежегодно этот проект обслуживает до 100 тыс. пассажиров.

При этом, основными направлениями дальнейшего сотрудничества со стороны властных структур являются:

- развитие нормативно-правового поля (проект Закона СПб «О водном транспорте в Санкт-Петербурге»);

- обеспечение безопасного судоходства и развитие причальных комплексов для внутригородского водного транспорта (ГУ «Управление водного транспорта Санкт-Петербурга»);

Со стороны бизнеса:

- развитие флота прогулочно-экскурсионных судов (строительство, модернизация);
- развитие причальных комплексов (строительство, модернизация);
- создание новых водных экскурсионных и прогулочных маршрутов;
- расширение и улучшение качества предлагаемых услуг.

Еще один пример реализации принципов государственно-частного партнерства в туристической отрасли города – действующий проект «Городской экскурсионный автобус «Сити тур». Обзорные автобусные экскурсии по центральному району города в соответствии с проектом организованы на шести двухэтажных автобусах марки «Вольво», три из которых оборудованы открытыми площадками на втором этаже. Все автобусы оснащены многоканальным лингафонным оборудованием, обеспечивающим перевод экскурсионного сопровождения на восемь иностранных языков.

Важным перспективным направлением реализации государственно-частного партнерства в Санкт-Петербурге является развитие яхтенно-катерного туризма.

Взаимодействие государства, бизнеса, общественных структур в этом случае должно проявляться в самых разных областях:

- частная инициатива должна обеспечить формирование флота парусных, моторных и парусно-моторных яхт;

- государственные структуры совместно с бизнесом должны обеспечить создание и функционирование береговой и портовой яхтенной инфраструктуры (строительство марин), навигационного оборудования фарватеров и внутренних водных путей;

- государство призвано реализовать нормативно-правовое обеспечение яхтенно-катерного туризма;

- государственные структуры совместно с бизнес-сообществом, опираясь на общественную инициативу должны обеспечить подготовку квалифицированных яхтенных судоводителей и судоводителей маломерных судов;

- непосредственно бизнес-структуры организуют чартер (аренду) яхт;

- органы государственной власти совместно с бизнес-сообществом, с привлечением широкой общественности должны обеспечить популяризацию яхтинга среди населения, особенно молодежи (через проведение регат, фестивалей, выставок, интернет, специализированные журналы).

Анализ мирового опыта реализации государственно-частного партнерства показывает, что наибольшего распространения оно достигло в странах с развитой рыночной экономикой. Существует корреляция ме-

жду уровнем социально-экономического развития страны и приоритетными отраслями для применения в них проектов государственно-частного партнерства. Так, например, в странах «Большой семерки» больше внимания уделяется социальной сфере (здравоохранение, образование, инфраструктура туризма), а в развивающихся странах – транспортной инфраструктуре.

С точки зрения экономической выгоды следует отметить, что проекты государственно-частного партнерства более чем на 30 % чаще оказываются в рамках заявленных объемов финансирования, чем традиционные проекты. Среднее увеличение стоимости выполнения контракта ГЧП составляет 4,3 %, для традиционного контракта – 18 %.

А если говорить о временных параметрах, то разница между традиционными проектами и проектами государственно-частного партнерства еще очевиднее. Средние временные задержки составляют:

- на проектной стадии для проектов ГЧП – 14,8 %, для традиционных проектов – 18,1 %;
- на стадии выполнения для проектов ГЧП – 2,6 %, для традиционных проектов – 19,4 %;
- на строительной стадии для проектов ГЧП – 2,6 %, для традиционных проектов – 25,9 %.

Безусловно, современные реалии, в которых оказалась мировая экономика, экономика страны и регионов накладывают определенные ограничения на реализацию крупных инвестиционных проектов. Это, однако, не означает свертывания строительства, а лишь отодвигает сроки их реализации. В государственно-частном партнерстве существуют определенные преимущества, которые необходимо использовать, в том числе с целью преодоления кризисных явлений и в условиях сокращения инвестиций в экономику и инфраструктуру.

Таким образом, взаимодействие государства и бизнеса в государственно-частном партнерстве может стать одним из перспективных направлений по интенсификации развития индустрии туризма и гостеприимства в современных условиях. Это возможно на основе дальнейшего совершенствования законодательства, сохранения диалога между органами власти и деловыми кругами, творческой и продуктивной работы всех нас в этой сфере.

УДК 777.555

Гайнанов Д.А.
Кириллова С.А.

РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА В ФОРМАТЕ СУПЕРКЛАСТЕРА

В целях повышения конкурентоспособности территорий на постиндустриальном этапе развития обоснована целесообразность создания в регионах, обладающих высоким природно-ресурсным потенциалом, системы туристско-рекреационных кластеров, объединенных в региональный суперкластер – новую форму организации экономического пространства. При этом под региональным суперкластером предлагается понимать специфическую форму территориальной организации кластеров, вертикально-интегрированных в цепочке создания добавленной стоимости в условиях особой инновационной среды.

Gaynanov D.A., Kirillova S.A. The Regional Tourism Development in the Format of Supercluster

In this article, the practicability of creation of a system of the tourist-recreational clusters consolidated into the regional supercluster as a new form of organization of the economic space in the regions having high level of the natural resources potential has been grounded conformably to a problem of the competitiveness of the territories at the post-industrial stage of development. The regional supercluster is considered as a specific form of the territorial organization of clusters that are vertically integrated into the scheme of the value added creation in the situation of the especial innovative environment.

Формирование объемных и динамических параметров экономического роста на основе приоритетного развития сырьевых, экспортно-ориентированных отраслей за последние десятилетия обусловило не только усиление сложившихся структурных диспропорций, увеличение зависимости российской экономики от темпов внешнего спроса на сырье, но и увеличение субрегиональной и межрегиональной дифференциации по показателям социального и экономического развития. Так, если в 1998 г. десять регионов-лидеров производили 47,5 % суммарного объема ВРП, а десять регионов-аутсайдеров – 1,14 %, то по результатам 2008 г. удельный вес регионов-лидеров и регионов-аутсайдеров в производстве суммарного ВРП страны составил 57,0 и 0,9 % соответственно.

В этой связи обеспечение устойчивого и долговременного повышения качества экономического роста предполагает необходимость задействования принципов и методов управления региональным развитием, учитывающих воздействие факторов внешней среды, внутренние возможности территорий, а также реалии перехода к постиндустриальному этапу развития. В числе этих реалий следует отметить смену приоритета производства в экономике на доминирование третичного сектора – сферы услуг, обусловленной социальной переориентацией структуры мировой экономики, и приоритетное развитие знаниевых технологий с высоким содержанием инновационной составляющей. Эффективность функционирования и развития разноразнообразных

территориальных образований в этих условиях рассматривается с позиций достижения социальных и экологических приоритетов.

Учет при проектировании стратегий развития имеющегося у территорий потенциала обуславливает целесообразность использования принципа «саморазвития», нацеленного на выявление и использование собственных ресурсов территории как основных источников экономического роста. Объединение потенциала нескольких территорий, функционирующих, как правило, в условиях жестких ресурсных ограничений, в значительной степени позволит усилить эффективность его использования и получить, так называемый, синергетический эффект, в количественном отношении превосходящий аддитивный. В этой связи актуальным становится повышение значимости разноуровневых и межтерриториальных взаимодействий с их принятием в качестве одного из принципов управления развитием территориями.

Практическая реализация вышеизложенных положений для достижения стратегических целей территориального развития может быть достигнута в рамках кластерного подхода к формированию конкурентной структуры экономики. При организации кластеров взаимосвязанные в процессе создания добавленной стоимости предприятия-производители, сопутствующие и инфраструктурные организации объединяются в разветвленные сети для создания высокотехнологичной и конкурентоспособной продукции. В отличие от других форм соорганизации предприятий на территории сетевая организация экономики характеризуется наличием внутренней конкурентной среды, а также сильными конкурентными позициями на глобальном рынке, обеспечивающими не только повышение конкурентоспособности участников кластера, но и территорий на которых они расположены.

Наиболее целесообразным созданием кластеров является в отраслях приоритетных для регионального развития с позиций не только среднесрочной, но и долгосрочной, стратегической перспективы, нарастания процессов глобализации и международной конкуренции. Так, исследователями ИСЭИ УНЦ РАН в Республике Башкортостан были выделены следующие потенциальные кластеры: нефтехимический, энергомашиностроительный, горно-металлургический, нанотехнологический, туристско-рекреационный, строительный, фанерно-плиточный и др.

Перспективным направлением регионального развития, увязывающим необходимость внедрения новых предпосылок человека в социальной сфере и современных реалий в потребности сохранения и повышения качества окружающей среды с учетом и задействованием территориальной составляющей, выступает рекреационное освоение территории. Организация туристско-рекреационных кластеров, базирующихся на создании и предоставлении населению конкурентоспособного турпродукта, будет способствовать достижению территорией нового качества экономического роста. Особую привлекательность создание туристских кластеров, реализующих переход от модели экспортосырьевого роста к модели развития экономики с инновационной направленностью, имеет для территорий, не имеющих перспектив промышленного развития, но обладающих значительными природными ресурсами. При этом туристско-рекреационные кластеры рассматриваются не только как носители современной формы пространственной организации экономики, адекватной императивам роста конкурентоспособности территорий их размещения, но и с позиций сохранения и эффективного использования природно-ресурсного потенциала региона.

Уникальность Башкортостана, располагающего разнообразными природными ресурсами, пригодными для отдыха и активной рекреации, наличие на его территории особо охраняемых территорий и территорий, имеющих природоохранный статус, историко-культурные и природные памятники республиканского и международного значения делает республику одной из самых привлекательных российских туристских дестинаций. На территории республики находится около 300 карстовых пещер, 600 рек, 800 озер, множество горных хребтов, 3 государственных заповедника и национальный природный парк, более 3000 памятников истории, искусства, культуры, археологии.

На основании анализа ситуации (табл. 1), сложившейся в Башкортостане, можно сделать следующие выводы о возможностях развития туризма в республике:

- наличие развитой системы санаторно-курортных учреждений, позволяющей рассматривать ее как базу для развития оздоровительного туризма;
- наличие значительного потенциала развития горного/зимнего туризма, оздоровительного туризма и спа-услуг, культурного, водного, а также приключенческого туризма;
- наличие элементов современной туристической инфраструктуры, определяющих возможность дальнейшего развития горнолыжного спорта;
- наличие, в отличие от многих других регионов, достаточно развитой системы объектов размещения (преимущественно гостиниц 3*);
- рост интереса населения России к отдыху в родной стране, ограничиваемый отсутствием туристической инфра- и супраструктуры в большинстве курортных местностей и др.

SWOT-анализ туристско-рекреационного потенциала Республики Башкортостан

	ВНУТРЕННИЕ	ВНЕШНИЕ
ПОЗИТИВНЫЕ	<p>Сильные стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ доступность территории кластера ▪ безопасность пребывания туристов; ▪ экологически чистая природа; ▪ наличие уникальных флоры и фауны; ▪ уникальные культурно-исторические ресурсы, лечебно-оздоровительные ресурсы; ▪ уникальные туристско-рекреационные ресурсы: реки, озера, пещеры и лесные массивы; благоприятные природные и климатические условия; национальные и природные памятники; ▪ наличие международных аэропортов в г. Уфе и г. Магнитогорске, аэропорта в г. Белорецке; ▪ Урал – единственный горный массив в радиусе 1300 км; сочетание гор и озер. 	<p>Возможности</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ позиционирование Республики Башкортостан в качестве привлекательного места для отдыха; ▪ строительство объектов размещения (гостиниц, moteлей, кемпингов т.д.); ▪ формирование туристско-рекреационной инфраструктуры; ▪ формирование транспортной, инженерной, социальной, информационной и телекоммуникационной инфраструктуры; ▪ создание национальных кафе, служб бытового и технического обслуживания; ▪ развитие дорожной и придорожной инфраструктуры (строительство и реконструкция дорог, придорожных кафе); ▪ наличие потенциальных инвесторов; ▪ подготовка квалифицированных специалистов, инструкторов туризма; ▪ рост уровня жизни населения, увеличение количества свободного времени.
НЕГАТИВНЫЕ	<p>Слабые стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ неразвитость туристской, транспортной, инженерной и др. инфраструктуры; ▪ низкое качество сервиса из-за низкого уровня подготовки кадров, а также отсутствия опыта работы в условиях рыночной экономики; ▪ постоянное удорожание стоимости туруслуг, несоответствие цены и качества их предоставления; ▪ слабый экономический потенциал не позволяет инвестировать развитие туризма; ▪ недостаточная кооперация усилий государственных, туристических фирм для формирования туристского кластера; ▪ сложная процедура регистрации иностранных граждан при въезде; ▪ отсутствие имиджа, бренда территории; ▪ увеличение рекреационной нагрузки в связи с выбросами вредными веществ. 	<p>Угрозы</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ образ России как страны, неблагоприятной для туризма, создаваемый отдельными зарубежными и отечественными средствами массовой информации; ▪ отток туристов на территории с более развитой инфраструктурой; ▪ нестабильность уровня качества сервиса.

Активное развитие на постиндустриальном этапе третичного сектора экономики, рост востребованности услуг в сфере внутреннего туризма¹, высокий туристический потенциал Республики Башкортостан и др., обуславливают возможность создания не одного, а системы туристическо-рекреационных кластеров, объединенных в региональный туристско-рекреационный суперкластер – новую форму организации экономического пространства. В отличие от мегакластера, формирование которого осуществляется на основе интеграции кластеров, относящихся к нескольким отраслям (секторам) экономики с четким разделением на базовые, поддерживающие и вспомогательные, в суперкластере объединяются кластеры одной отрасли (сектора). Таким образом, под региональным суперкластером в работе предлагается понимать специфическую форму территориальной организации кластеров, вертикально-интегрированных в цепочке создания добавленной стоимости в условиях особой инновационной среды.

Объединение кластеров в формате суперкластера позволит увеличить эффективность функционирования всей системы за счет роста взаимодействия частного сектора, государства, исследовательских и образовательных учреждений в инновационном процессе, а также за счет эффекта масштаба производства, единой маркетинговой стратегии, снижения издержек на рекламу, создание основного и дополнительных брендов и т.д. Введение в структуру суперкластера общих для всех его участников координационного совета и управляющей компании, выступающих системными интеграторами кластера, обеспечит эффективный межкластерный трансфер инноваций, освоение новых рынков за счет реализации масштабных инвестиционных проектов и создания диверсифицированного туристического продукта.

В результате анализа количества и качества существующей туристической инфраструктуры, транспортных возможностей и географического расположения, возможностей по созданию разнообразного и пользующегося спросом ассортимента туристических услуг и др. была выявлена возможность включения в состав регионального суперкластера «Башкортостан» семи туристско-рекреационных кластеров, различающихся по

¹ По данным исследователей Уфимской государственной академии экономики и сервиса вывоз средств из Башкортостана составляет примерно 12-14 млрд руб. в год, в то время как ввоз – всего 2-4 млрд руб.

туристической специализации, природно-климатическим условиям и уровню социально-экономического развития территорий размещения (рис. 1).

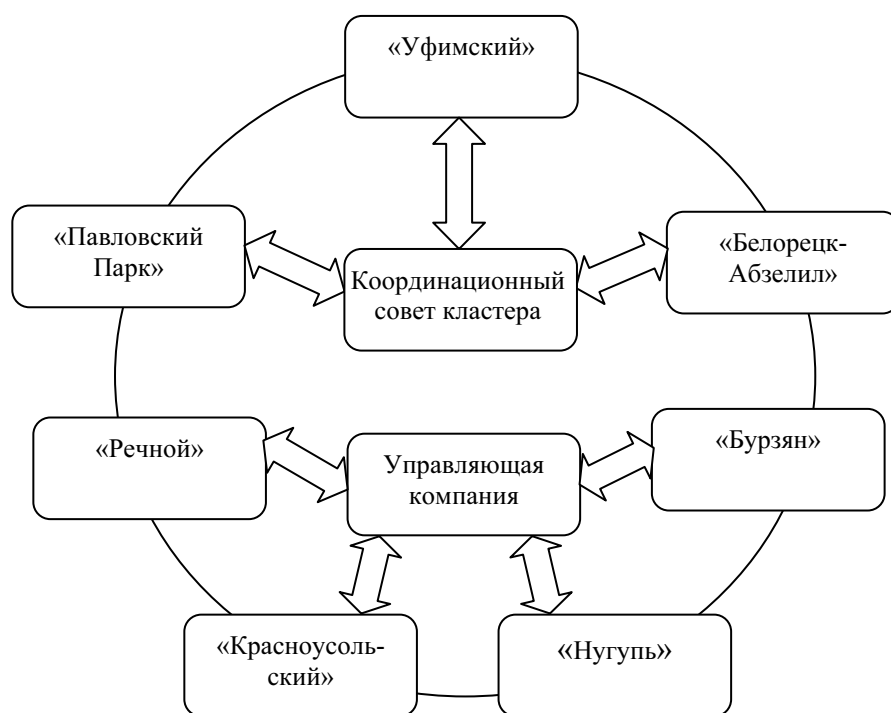


Рис.1. Схема регионального туристско-рекреационного суперкластера «Башкортостан»

Использование туристско-рекреационного потенциала выделенных кластеров позволит обеспечить их конкурентоспособность и предоставление рекреантам комплексных всесезонных услуг туризма и отдыха международного уровня: «Уфимский» (культурно-познавательный и бизнес-туризм), «Абзелил – Белорецк» (спортивный и лечебно-оздоровительный туризм), «Бурзянский» (приключенческий и экзотический туризм), «Нугуш» (спортивный (водный) туризм), «Красноусольский» (лечебно-оздоровительный и культурно-познавательный туризм), «Павловский парк» (спортивный, водный и приключенческий туризм), «Речной» (водный круиз). Территориально суперкластер формируют 32 муниципальных образования республики, охватывающие три рекреационные зоны Башкортостана – Предуралье, Южный Урал и Зауралье.

Для каждого из семи потенциальных туристско-рекреационных кластеров были определены специализация туризма, отражающая приоритетные направления развития туризма в каждом кластере (табл. 2).

Эволюция кластеров из категории потенциальных в реальные может быть осуществлена при выполнении ряда требований, в числе которых, в частности, привлечение не только достаточного объема инвестиций, но и их окупаемость.

Таблица 2

Основные направления развития туризма в туристско-рекреационных кластерах Республики Башкортостан

Наименование кластера	Виды туризма	Специализация туризма
1. Уфимский	культурно-познавательный; бизнес-туризм; лечебно-оздоровительный; спортивный; шопинг-туризм	развитие гостиничного комплекса; создание аквапарка; создание городского Центра развлечений (с магазинами, парком аттракционов, кинотеатрами и т.д.); создание детского образовательного центра; создание «Башкортостана в миниатюре»; разработка плана туристического развития города
2. Абзелил – Белорецк	спортивный; лечебно-оздоровительный; приключенческий; экологический	создание образцовой туристической дестинации в Башкортостане с Центром зимних олимпийских видов спорта; создание геопарка государственного значения; строительство и реконструкция 7 горнолыжных центров; создание спа-курорта; создание экологического парка, строительство сети каскадных прудов и микро ГЭС и др.

Наименование кластера	Виды туризма	Специализация туризма
3. Бурзянский	приключенческий; спортивный; событийный; культурно-познавательный; экзотический	создание гостиничного комплекса; строительство экстрим-центра с горнолыжной и тюбинговой трассами; создание визит-центра эко-комплекса «Башарт» и туристического центра; строительство 20 туристических стоянок на рекреационном участке местного значения «Река Агидель»
4. Нугуш	спортивный (водный); научно-познавательный; экологический	строительство оборудованных туристических стоянок вдоль р. Нугуш, этнической деревни, современного кемпинга, визит-центра, сооружение ЛЭП
5. Красноусольский	лечебно-оздоровительный; культурно-познавательный; экзотический; спортивный; событийный; приключенческий	создание оздоровительного и спа-курорта; создание геопарка государственного значения; развитие сети средств размещения; развитие дополнительной туристической инфраструктуры
6. Павловский	спортивный (водный); приключенческий; оздоровительный; этнотуризм	развитие гостиничного комплекса; создание Центра приключенческого туризма (включая Центр водного развлечения, Парк «Адреналин» и Спорт-центр); создание горнолыжного комплекса; создание специализированного медицинского центра, создание транспортной, инженерной (водо- и газоснабжение, ЛЭП) инфраструктуры, сооружение трансформаторной подстанции
7. Речной	водный круиз; экологический	создание оборудованных стоянок вдоль маршрута

С учетом того, что основная идея управления территориальным развитием на основе кластерного подхода заключается в разработке и создании условий для реализации на основе соответствующего научного обоснования инновационных бизнес-проектов для выгодных инвестиционных вложений, проект создания регионального туристско-рекреационного суперкластера представляет собой комплекс инновационных проектов развития территорий субрегионального уровня, формирующих обновленную проектно-ориентированную инфраструктуру экономического пространства территории.

Результаты разработки инвестиционных проектов создания семи туристско-рекреационных кластеров свидетельствуют о социальной, экономической и финансовой целесообразности их реализации (табл. 3).

Таблица 3

Показатели финансовой эффективности проектов создания туркластеров в рамках суперкластера «Башкортостан»

№ п/п	Наименование кластеров	Дисконтированный срок окупаемости, мес.	Чистый дисконтированный доход (NPV), млн руб.	Внутренняя норма доходности (IRR), %
1	Уфимский 170		579,8	27,57
2	Абзелил – Белорецк 120		279,8	29,35
3	Бурзянский 141		81,7	30,98
4	Нугуш 111		527,0	29,25
5	Красноусольский 115		453,0	31,20
6	Павловский парк 149		309,0	29,25
7	Речной 110		299,8	27,17

Привлечение в регион для осуществления этих проектов 17 млрд руб., образование новых хозяйствующих субъектов и поддержка деятельности существующих позволят создать более четырех тысяч новых рабочих мест, увеличить доходную базу республиканского и федерального бюджетов на 15878,9 и 1764,12 млн руб. соответственно. Положительное значение чистого дисконтированного дохода указывает на то, что участники кластеров за 10-15 лет окупят инвестиционные вложения. Кроме того, за время осуществления проектов будут сохранены уникальный природно-ресурсный потенциал и историко-культурное наследие Башкортостана.

Известно, что задачи экономического развития гораздо эффективнее решаются в рамках территориальных коалиций на основе осуществления интеграционных связей, кооперации и специализации отдельных территорий, с учетом специфики их природно-ресурсного и производственного потенциала. В этой связи, объединение туристических кластеров в суперкластер и проведение согласованной межкластерной политики будут способствовать усилению синергетического эффекта, выражающегося в получении дополнительных возможностей для удовлетворения потребностей населения, повышения качества жизни и конкурентоспособности региона на основе сохранения и использования его природно-ресурсного потенциала.

РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Рассмотрены вопросы развития международного туризма, проанализировано развитие туризма в России, выявлены причины, ускоренного роста выездного туризма, исследовано влияние глобального финансового кризиса на развитие индустрии туризма и обоснованы его перспективы.

Govorov B.V. The Development of the Tourism Industry in the Crisis

In this article, the matters concerning development of the international tourism are examined. The development of the tourism in Russia is analyzed. The reasons of the rapid growth of the traveling tourism are revealed. The influence of the global financial crisis upon the development of the tourism industry was examined. The perspectives of the global financial tourism were grounded.

В настоящее время индустрия туризма является одной из самых динамичных и высокодоходных отраслей экономики. Наличие относительно низких входных барьеров, оптимистичные прогнозы ЮНВТО относительно увеличения турпотоков, а также возможность получения значительной прибыли за короткие сроки времени при минимальных финансовых вложениях, поддерживают привлекательность отрасли для инвесторов и предпринимателей (рис. 1).

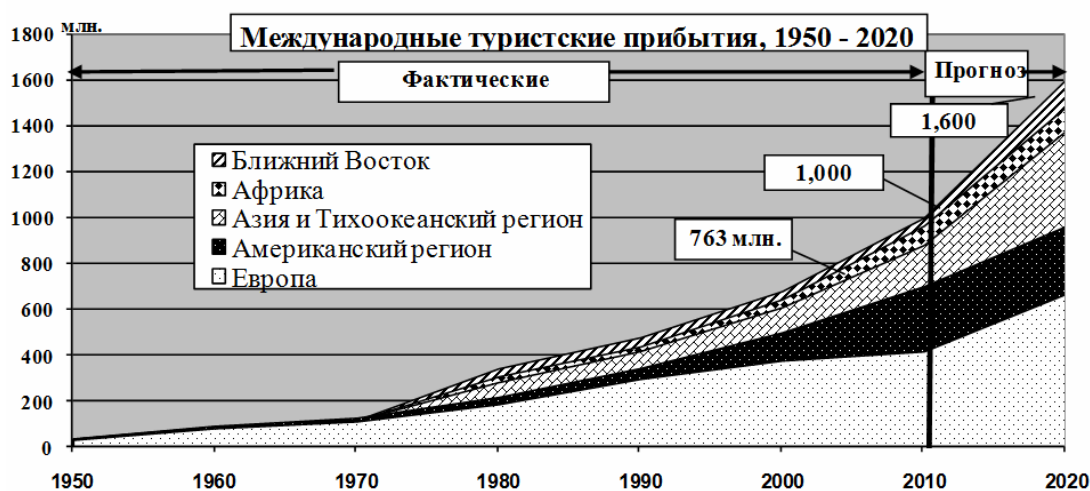


Рис. 1. Тенденции и прогноз развития международного туризма¹

В Российской Федерации рынок туристских услуг прошел сложные этапы становления, начиная с разрушения государственной монополии в индустрии в конце 80-х годов прошлого века, кризисной санации отрасли в 2008 г., посткризисный период 2009 г. настоящее время включительно.

В России туристический рынок активно развивается, при этом наиболее быстрые темпы демонстрирует выездной туризм. Так, совокупный выездной поток в 2008 г. вырос на 21 %. По экспертным оценкам емкость российского рынка выездного туризма составляет 1-2,5 млрд. долл. в год, что составляет 3 % от общемирового. При этом оборот туристских поездок в 2008 г. по сравнению с 2000 г. увеличился более чем в 3 раза (рис. 2).

Существующая ориентация отечественного туристского рынка на выездной туризм подтверждается следующими фактами анализа развития отрасли²:

– наделенность большинства регионов страны богатыми природными ресурсами и историко-культурными памятниками, безусловно, может способствовать бурному развитию как внутреннего, так и въездного туризма. Однако при относительной избыточности данных факторов их ценность, с точки зрения туротрасли, крайне невелика. В условиях неразвитости транспортных коммуникаций в большинстве регионов страны, а также труднодоступности многих регионов в связи с размерами территории, большинство природных ресурсов России имеет крайне низкую туристскую стоимость и, как следствие, возможность посещения большинства регионов связана со значительными финансовыми затратами, что не способствует массовости направлений;

– второй проблемой российской туристической отрасли является отсутствие развитой системы средств размещения. В отличие от других индустриально развитых стран, где наделенность природными фак-

¹ По данным Всемирной Туристской Организации, www.unwto.org

² Пробченко Е. М. Механизмы повышения конкурентоспособности российских компаний в сфере туристских услуг. Автореферат диссертации на соиск. уч. ст. к.э.н. М. – 2010.

торами соседствует с постоянными инвестициями в туристскую инфраструктуру, прежде всего в гостиничные сети, включающие разнотипные и разноклассные средства размещения, в России в силу исторических причин основные направления денежных потоков направляются на развитие выездного туризма. После распада СССР и крушения монополии трех китов советского туризма «Интуриста», «Спутника» и «ЦСТЭ», а также с появлением возможности свободного выезда граждан за рубеж основной акцент в развитии туризма делался именно на выездном туризме. Это требовало незначительных вложений и позволяло получать значительные прибыли. Однако такой перекоп в развитии туристской индустрии привел к тому, что развитие индустрии гостеприимства было фактически заморожено на десять лет и сейчас даже такие центры туризма страны как Москва, Санкт-Петербург и Сочи испытывают постоянный дефицит гостиничных мест среднего ценового уровня;

– еще одной проблемой, мешающей развитию внутреннего и въездного туризма, является относительно высокий, по сравнению с другими популярными, с точки зрения туризма, странами, уровень оплаты труда сотрудников индустрии гостеприимства. Это обуславливает высокую стоимость отдыха на российском черноморском побережье, а также в других привлекательных туристских регионах (по стоимости стандартного турпакета отдых в Турции, Египте, Болгарии, Тунисе и Сочи находится в одном ценовом диапазоне при значительно более высоком качестве зарубежного обслуживания);

– значительной проблемой российского туризма можно считать усилившуюся в последнее время тенденцию к концентрации рынка продажи туруслуг. На рынке туроператоров наметился тренд к концентрации капитала и вытеснению мелких и средних игроков рынка. Этот факт, а также усиление присутствия иностранного капитала на рынке также не способствует развитию внутреннего и въездного туризма.

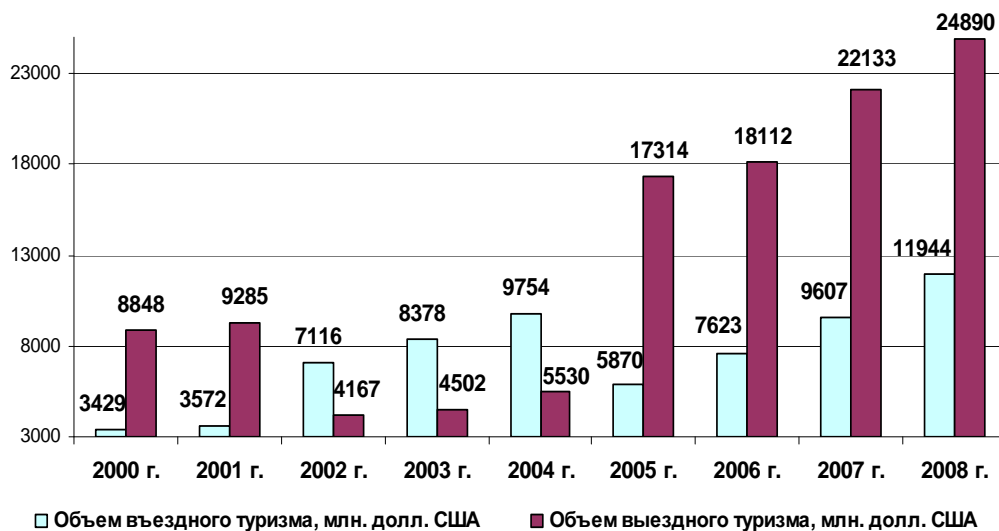


Рис. 2. Оборот туристских поездок РФ, с учетом стран СНГ за 2000-2008 гг., млн долл. США³

Финансовый кризис оказал влияние на все сферы деятельности, пострадал от него и туризм. Поэтому встает вопрос о том, какими будут последствия кризиса. Совершенно очевидно, что минимизировать последствия кризиса можно и нужно, причем как на микро-, так и на макроуровне. Судя по отношению власти к гостиничной индустрии в последнее время, с трудом верится, что они бросятся спасать этот бизнес, хотя, возможно, имело бы смысл поддержать финансово девелоперов, реализующих значимые для городов гостиничные проекты. Однако, скорее всего, гостиницам придется выживать самим за счет (прежде всего) сокращения издержек, за счет более жесткой экономии, переговоров с поставщиками и получения лучших условий, сокращения мощностей и т.п.; репозиционирования продукта, обращения внимания на внутренний рынок России, рынки, менее всего пострадавшие от потрясений (Ближний Восток). В то же время сейчас нежелательно уходить с рынка или «впадать в спячку» – всем известно, что кризис несет и возможности для наиболее приспособленных игроков.

Что касается, например, строительства новых гостиниц, то как показывает практика, от запланированного строительства совсем новых объектов многие отельеры на сегодняшний день, действительно, отказываются. Но, в то же время, те проекты, которые находятся хотя бы в 50-процентной стадии готовности, – предусмотрительные бизнесмены не замораживают, а ищут средства для их завершения. И они абсолютно правы не только с точки зрения нас, заинтересованных производителей и поставщиков отраслевой

³ По данным Платежного баланса Банка России, www.cbr.ru

продукции, но и по закону рынка гостиничных услуг: так или иначе, они, эти услуги, в современном мире незаменимы; и даже при некотором неизбежном падении бизнес- и туристической активности, востребованы и всегда будут достаточно востребованы. И приносить доход, живые деньги от конечного потребителя.

В перспективе можно прогнозировать, что сложившаяся ситуация в меньшей степени отразится на уже существующих отелях. В условиях мирового кризиса будет уделяться большее внимание проблеме эффективного операционного управления гостиницами, оптимизации функциональных обязанностей каждого сотрудника, пересмотре системы мотивации, сокращении расходов на персонал. Все отельеры будут принимать меры по увеличению доходности бизнеса – выстраивания гибкой системы тарифов на номера в гостиницах, развитию дополнительных сервисов, например, бизнес-услуг (интернет, конференц-залы). Что касается открытия новых отелей, то уже сейчас многие компании перенесли строительство новых объектов с 2009 на 2010 год, выжидая стабилизации рынка. Можно предположить, что инвесторы сейчас будут заинтересованы в большей степени в строительстве недорогих гостиниц уровня 2-3 звезды и мини-отелей на 30-40 мест.

Характерным примером взвешенных действий является политика администрации США в 30-х годах после того глубочайшего кризиса, который затронул США в 29-33 гг. Они стали строить дороги – для того, чтобы создать инфраструктуру для рынка, который развивался, и, как известно, с безработицей боролись довольно просто: заставляли работать на строительстве дорог за доллар в день. Это было частичное решение тех проблем, которые возникли в США.

Последствия мирового финансового кризиса вряд ли могут носить сугубо негативный характер для развития гостиничной индустрии в нашей стране. Более того, как это не покажется странным, кризис может оказать положительное влияние на развитие, как гостиничной отрасли, так и в целом туристской индустрии России.

Если говорить о действующих гостиничных предприятиях, то их экономика напрямую зависит от загрузки, то есть от занятости номерного фонда приехавшими туристами, включая деловых людей⁴.

Если вспомнить не такие далекие времена, как депрессия конца 20-х гг. 20 в., а семидесятые годы прошлого столетия, то и тогда большинство экспертов предрекали конец мирового туризма в связи с энергетическим кризисом и ростом цен на топливо, с одной стороны, и экономическим кризисом и снижением спроса, с другой. Однако эти мрачные прогнозы не подтвердились. Конечно, кризис повлиял на структуру туристского спроса: люди стали ездить на более близкие расстояния (в связи с ростом транспортной составляющей стоимости туристского продукта), останавливаясь в менее дорогих гостиницах, сокращать сроки пребывания в гостинице и в стране и произведенные в ней расходы, но не отказывались от поездок вообще. А деловая активность в целом даже возросла: в связи с кризисом потребность в деловых контактах увеличилась. В целом же в семидесятые годы не было отмечено спада объемов международного туризма, только замедлились темпы его роста.

Если экстраполировать эти тенденции на сегодняшнюю ситуацию, то можно сделать следующие выводы:

- гостиницы и другие средства размещения будут вынуждены предпринимать значительные усилия для привлечения клиентов. Это положительно скажется на стремлении повышать качество обслуживания, разрабатывать стандарты качества и процедуры (технологии), чем сильны сетевые гостиницы, а также на продуманной ценовой политике (ведь сегодня цены в наших гостиницах значительно выше, чем в других странах, а отдых на российских курортах дороже, чем за рубежом);

- при строительстве новых гостиничных объектов инвесторы будут уделять больше внимания трезвездным гостиницам, окупаемость которых за счет стабильной загрузки будет выше. С другой стороны, проектировщики будут больше внимания уделять разработке квалифицированных технических заданий, чтобы сократить риск излишних расходов, связанных с последующей перестройкой вводимых в эксплуатацию объектов и связанных с этим дополнительных расходов.

Мировой финансовый кризис, затронувший туристский рынок, оказал значительное влияние на поведение и взаимодействие его основных участников, вынуждая их приспосабливаться к сложившейся ситуации и разрабатывать стратегию поведения в новых условиях, а также комплекс антикризисных мер. Необходимо тесное сотрудничество отрасли и государства с целью выработки совместных действий для преодоления кризисных явлений⁵.

Не стоит рассматривать влияние экономического кризиса на деятельность предприятий в области туризма только с отрицательной стороны. Там, где можно найти минусы, всегда есть и свои плюсы. В чём же они заключаются для туристического бизнеса? Как было замечено экспертами, кризисная ситуация в экономике разорит мелкие, неэффективные и несостоятельные туристические компании, тем самым укрепив положение более прогрессивных предприятий. Для туристов, несомненно, этот факт носит оптимистический характер, они будут подвержены меньшему обману и риску, в целом. К тому же, современный рынок насыщен туристическими предприятиями, но, к сожалению, многие из них предлагают услуги низкого качества, не соответствующие стандартам обслуживания. В свою очередь, предприятиям, выжившим в условиях экономического кризиса, не нужно будет растрчивать свои силы на конкурентную борьбу с мелкими предприятиями.

⁴ <http://www.b2bpg.com/ru/businessforums/792/antikrizisnyi-shtab>

⁵ <http://www.sgu.ru/node/29990>

На рынке останутся лишь крупные предприятия, которые будут вынуждены усовершенствовать свой сервис для выживания среди сильнейших.

Что касается сотрудников предприятий, то эксперты прогнозируют увеличение числа безработных на 2009 г. в России более 10-15 %. В свою очередь, эти данные тоже имеют положительный характер для развития туризма. На многих мелких, неэффективных предприятиях зачастую работают люди с высоким уровнем квалификации, с большим опытом. Из-за распада мелких компаний, работодатели солидных предприятий смогут привлечь на свою сторону нужный для себя персонал, тем самым повысив свою конкурентоспособность и выживаемость в сложившейся ситуации.

К тому же, и сотрудники, которые не хотят потерять своё рабочее место, будут вынуждены увеличивать свой показатель эффективности работы, для увеличения объёма продаж. Это тоже имеет обратную связь, так как будет увеличиваться не только показатель эффективности работы самого предприятия, но и будет увеличиваться опыт и компетентность рабочего персонала, что имеет огромное значение в работе туристических предприятий. Перед сотрудниками встанет задача в решении использования более эффективных технологий, о минимизации затрат; будут разрабатываться новые предложения: возможно, следует предлагать услуги хорошего качества, но с более низкой стоимостью, тогда спрос на такие услуги не упадёт, так как люди не могут отказаться от отдыха.

Однако кризис даёт отельерам и туристической индустрии в целом и новые возможности, такие как:

1. Возможность выбора сотрудников на рынке труда

Еще в середине года на рынке труда наблюдался дефицит кадров среди младших менеджеров, а их зарплаты стремительно росли. По статистике рекрутингового агентства Headhunter, на рынке было значительно больше предложений работы, чем свободных работников по таким специальностям, как финансовый менеджер, страховой агент, секретарь, бухгалтер, торговый представитель. Кризис изменил ситуацию кардинально. Сейчас количество резюме на сайте headhunter.ru многократно превышает количество вакансий: более 2 млн против 70 тыс. Резюме бухгалтеров в сентябре было практически столько же, сколько вакансий для них, к 19 октября резюме стало в полтора раза больше. Еще более наглядно сравнение с началом 2008 г.: тогда испытывалась острая нехватка бухгалтеров – 0,22 резюме на одну вакансию.

Таким образом, сравнительно невысокие зарплаты в гостиничном секторе становятся привлекательными для финансистов, маркетологов, юристов, которые раньше зарабатывали гораздо большие суммы в банках и инвесткомпаниях, но попали под сокращение. Рынок труда становится рынком работодателя, который выбирает лучших и имеет возможность диктовать условия. Специалисты из других отраслей, в свою очередь, получают шанс внести новую струю в работу отеля, проявить себя и получить знания в новой для них сфере⁶.

2. Возможность улучшить качество сервиса

Не секрет, что понятие «сервиса» в российских гостиницах достаточно сильно отличается от средне-европейского. Разговоры о том, что особенностью российского менталитета является неумение улыбаться и нежелание обслуживать, ведутся постоянно. Период кризиса, когда число клиентов уменьшится и загрузка, вполне вероятно, упадёт – замечательна возможность для выделения времени для внутрикорпоративных тренингов, при условии, конечно, что Вы не собираетесь сокращать штат. Сотрудникам служб бронирования и фронт-офиса представится возможность уделять больше времени и внимания каждому отдельному гостю, что очень важно в условиях растущей конкуренции. Сейчас имеет смысл привязать бонусы сотрудников к числу положительных отзывов о них, оставленных гостями⁷.

3. Возможность опробовать новые маркетинговые ходы и каналы продаж

В книге Игоря Манна «Маркетинговая машина» опубликованы исследования Варвикского Университета, согласно которым 23 % руководителей британских компаний при падении рентабельности бизнеса в первую очередь сократят бюджет на маркетинг и рекламу.

Большинство российских руководителей с таким подходом согласны, чем и поставят свои компании (в данном случае, отели), под удар.

Несмотря на кризис, нужна мощная рекламная и PR поддержка, т.к. в условиях уменьшения числа гостей конкуренция за каждого из них возрастает. Службе маркетинга и продаж отеля необходимо придумывать какие-то новые акции и спецпредложения, ведь старые и проверенные на изменившемся рынке уже не сработают⁸.

4. Возможность «подружиться» с игроками туристического рынка

Не секрет, что на многих туроператорах и туристических компаниях кризис сказывается достаточно сильно. Проблемы с ликвидностью для них выливаются в невозможность вовремя проплатить групповые поездки или мероприятия, и, как результат, попадают в дебиторскую задолженность перед гостиницей. Ситуация для гостиницы достаточно рискованная, лучше не рвать отношения с партнёрами, а рассматривать эту про-

⁶ www.frontdesk.ru

⁷ Там же.

^{8,9,10,11,12} Там же.

блему в долгосрочной перспективе. Кризис сплачивает, и поддерживать друг друга нужно в этой ситуации, как ни в какой другой – в спокойные времена лояльность окупится сторицей⁹.

5. Возможность покупки активов

Ну и конечно, одна из самых очевидных возможностей для тех, у кого остались финансовые ресурсы – возможность покупки подешевевших гостиниц или проектов в завершающей стадии реализации. Касается это в основном региональных гостиниц, так как гостиничный рынок Москвы и Санкт-Петербурга в ходе кризиса, скорее всего, пострадает меньше.

Наиболее перспективными городами с инвестиционной точки зрения являются Тюмень, Челябинск, Калуга, Калининград. Однако лучше присматриваться к инвестициям такого рода не сейчас, а через полгода, когда кризис достигнет своего пика¹⁰.

Очевидно, что ситуации, которая наблюдается в последние несколько лет, – повышения цен на номера в московских отелях на 10-15 % ежегодно – больше не будет. Гостиницы, которые хотят выжить во времена кризиса, будут вынуждены идти на снижение рентабельности, на приближение к европейским показателям по соотношению «цена – качество», на улучшение качества сервиса, на более клиентоориентированный подход. Слабые игроки уйдут, выживут сильнейшие, сумевшие не просто отсидеться и тихо-мирно пережить нелёгкие кризисные времена, но использовать этот период для повышения конкурентоспособности и поиска, и удержания «своего» гостя¹¹.

Таким образом, апокалипсические прогнозы сильно преувеличены. Но то, что бизнес станет сложнее, жестче, что усилится конкуренция – бесспорно. В целом можно сделать вывод о том, что кризис может привести не только к печальным последствиям для отдельных игроков рынка, но и к повышению конкурентоспособности России как туристического направления в целом, так и конкретных гостиниц. Вполне вероятно, что повезёт тем, кто за прошедшие восемь лет сумел накопить достаточно собственных средств, человеческих ресурсов, опыта для инвестирования и развития даже при неблагоприятной ситуации на рынке¹².

УДК 711.24:379.85

Гришечкина И.Е.

ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ

В документах территориального планирования, разрабатываемых ФГУП РосНИПИ Урбанистики, туризм рассматривается в качестве одного из важнейших и перспективных направлений развития региона. Проектные решения направлены на усиление роли туризма в развитии территории. Одна из главных проблем – разрозненность объектов туристского показа, которая выражается в отсутствии между ними связи, и, как следствие – невозможности представить их в виде единого турпродукта. Необходимо объединять наиболее интересные объекты в туристические маршруты, музеи-заповедники, достопримечательные места. При этом важно обеспечивать маршруты материально-технической базой туризма и отдыха (средствами размещения, транспорта, общественного питания, рекреационным обустройством территории, объектами розничной торговли и др.).

Grishechkina I.E. The Territorial Planning as an Instrument for Development of the Tourism Sphere in Regions

The tourism is considered as one of the most important and perspective directions in development of a region according to the documents on the territorial planning elaborated by the FSUE «The Russian State Scientific-Research and Designed Institute of Urban Regional Development». The designed decisions are directed to reinforcement of a role of tourism in development of a territory. One of the main problems is autonomy of the tourist sites that is being in the absence of connection between the sites and, as a consequence, impossibility to represent them in the form of the unified tourist product. It is necessary to combine interesting sites into the tourist route and museums, and noteworthy places. In this case, it is important to provide these routes by the material and technical basis of tourism and recreation (the allocation facilities, the transport, the catering, the recreational development of a territory, the retail trade sites, etc.).

Туризм в России и мире

За последние десятилетия туризм стал одной из наиболее динамичных и прибыльных сфер экономики во многих странах. По темпам роста туризм занимает третье место в мире, и в ближайшие годы может стать лидирующей сферой по объему поступающих инвестиций.

Российская Федерация, при всем богатстве туристского потенциала, демонстрирует в данной сфере крайне низкие темпы развития. В опубликованном в начале 2009 г. рейтинге конкурентоспособности сектора туризма и путешествий Всемирного экономического форума Россия заняла 59-е место из 133 стран мира.

Доля туризма в экономике Российской Федерации (по данным за 2007 г.) составляет лишь 6,6 %. По данным Федерального агентства по туризму в настоящее время доля туризма в ВВП страны составляет порядка 8 %, число занятых в сфере туризма – 860 тыс. рабочих мест (с учетом занятости в смежных отраслях – 4,2 млн рабочих мест).

По сравнительной статистике в 2008 г., по отношению к предыдущему году, число туристов, въезжающих в Россию, увеличилось на 67 тыс., а количество выезжающих россиян возросло на 3 млн, что говорит о растущем дисбалансе въездного и выездного туризма в сторону увеличения доли последнего.

В то же время очевидные конкурентные преимущества нашей страны – богатое культурно-историческое и природное наследие¹ – позволяют говорить об имеющихся в нашей стране резервах для роста туристской сферы.

Развитие конкурентоспособного туристского направления в России невозможно без четкой формулировки целей и задач, определяемых программными методами и нормативно-правовой базой.

Нормативно-правовая база туризма в России

Функцию по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере туризма в Российской Федерации выполняет Министерство спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации (Минспорттуризм РФ), а также подведомственное ему Федеральное агентство по туризму (Ростуризм).

Нормативно-правовую базу туризма в России составляют международные договоры², федеральные законы, правовые акты Президента РФ и Правительства РФ, правовые акты федеральных органов исполнительной власти, правовые акты Федерального агентства по туризму.

В стране приняты: указ Президента РФ «О дополнительных мерах по развитию туризма в Российской Федерации и об использовании государственной собственности в сфере туризма» от 25.04.1994 г. № 813, Федеральная целевая программа «Развитие туризма в Российской Федерации» (1996 г.), Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ» от 24.11.1996 г. и др.

Постановлениями Правительства РФ от 03.02.2007 г. № 67-73 было создано семь особых экономических зон туристско-рекреационного типа. Предполагается, что эти зоны станут основными точками туристского притяжения за счет использования имеющегося на их территории природного и культурно-исторического потенциала и развития туристской инфраструктуры.

В 2009 г. действовало 65 региональных целевых программ развития туризма.

В настоящее время в Правительстве РФ рассматривается концепция Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма» на 2011-2016 гг.

Территориальное планирование как инструмент развития сферы туризма Опыт ФГУП РосНИПИ Урбанистики

Одним из методов законодательного регулирования туристской деятельности является территориальное планирование. Территориальное планирование – это планирование развития территорий, в т.ч. для установления функциональных зон, зон планируемого размещения объектов капитального строительства для государственных или муниципальных нужд, зон с особыми условиями использования территорий (ст. 1 Градостроительного кодекса РФ).

ФГУП РосНИПИ Урбанистики имеет большой опыт разработки градостроительной документации так как является крупнейшим федеральным государственным градостроительным институтом России. За 80 лет деятельности институтом разработаны градостроительные проекты для 700 регионов и городов России и бывшего СССР. За последние 10 лет подготовлено: 29 схем территориального планирования субъектов РФ (63 % территории), 28 генеральных планов центров субъектов РФ и около 200 проектов генеральных планов городских округов, городских и сельских поселений.

ФГУП РосНИПИ Урбанистики имеет большой опыт разработки градостроительной документации так как является крупнейшим федеральным государственным градостроительным институтом России. За 80 лет деятельности институтом разработаны градостроительные проекты для 700 регионов и городов России и бывшего СССР. За последние 10 лет подготовлено: 29 схем территориального планирования субъектов РФ (63 % территории), 28 генеральных планов центров субъектов РФ и около 200 проектов генеральных планов городских округов, городских и сельских поселений.

Проектную документацию по территориальному планированию можно разделить на три уровня: стратегический отраслевой, объектный (рис. 1).

В документах территориального планирования, разрабатываемых ФГУП РосНИПИ Урбанистики, туризм рассматривается в качестве одного из важнейших и перспективных направлений развития региона. Проектные решения направлены на усиление роли туризма в развитии территории.

¹ По данным Росстата в России примерно 2,4 тыс. музеев, 590 театров, почти 99 тыс. памятников истории и культуры, 140 национальных парков и заповедников. По данным Всемирного экономического форума Россия занимает 5-е место в мире по числу природных объектов.

² Например: Программа совместных действий на период 2009-2010 гг. по реализации соглашения между правительством Российской Федерации и правительством Королевства Испании о сотрудничестве в сфере туризма.

Уровни градостроительного проектирования



Рис.1. Уровни градостроительного проектирования

При разработке проекта проводится анализ факторов, способствующих развитию туристской сферы и сдерживающих ее развитие, учитываются имеющиеся в регионе законодательные акты и целевые программы по развитию туризма и сохранению историко-культурного наследия, выносятся предложения по формированию рекреационных зон различного функционального назначения, созданию национальных парков, ООПТ, достопримечательных мест и т.д.

В составе проекта выполняется схема рекреации и туризма, на которой отображаются туристские ресурсы (исторические поселения, памятники истории и культуры, памятники природы, достопримечательные места, бальнеологические ресурсы, объекты инфраструктуры туризма и др.) и предложения по развитию туризма (рекреационные зоны, объекты капитального строительства, туристские маршруты и др.).

Многолетний опыт градостроительного проектирования, наработанный институтом, позволяет говорить о том, что наиболее успешное развитие туристского направления как сферы экономики возможно в регионах Северо-Западной, Центральной и Южной России, где сосредоточена большая часть историко-культурного потенциала страны и имеется спрос на туристские услуги со стороны населения нашей страны и Европейских государств. Причем, это не обязательно регионы Золотого или Серебряного кольца, но и многие другие, имеющие значительный, но в недостаточной мере используемый туристский потенциал.

Схемы территориального планирования и генеральные планы

Так, институтом были выполнены схемы территориального планирования Ленинградской, Ростовской, Воронежской, Пензенской, Рязанской областей, Чувашской Республики. В результате комплексной оценки территорий был выявлен значительный туристский потенциал, который, однако, на сегодняшний день используется незначительно вследствие отсутствия качественного конкурентоспособного предложения туристских услуг.

Одна из главных проблем – разрозненность объектов туристского показа, которая выражается в отсутствии между ними связи, и, как следствие – невозможности представить их в виде единого турпродукта. Необходимо объединять наиболее интересные объекты в туристические маршруты, музеи-заповедники, достопримечательные места. При этом важно обеспечивать маршруты материально-технической базой туризма и отдыха (средствами размещения, транспорта, общественного питания, рекреационным обустройством территории, объектами розничной торговли и др.).

Например, в схеме территориального планирования Воронежской области на основе анализа ценности культурных и природных ландшафтов были выделены четыре туристических района – территории, наи-

более перспективного развития туризма, насыщенные объектами историко-культурного наследия и связанными между собой транспортными магистралями.

Наиболее интересные объекты туристского показа были объединены в различные по тематике и способам передвижения туристические маршруты: круизные, байдарочные, автобусные, экологические, по местам строительства верфей и крепостей и т.д. (рис. 2).

Кроме того, в целях сохранения историко-культурной ценности объектов проектом было предложено выделение объектов культурного наследия вида достопримечательное место регионального значения вдоль правого берега Дона, с включением в границы существующих музеев-заповедников («Дивногорье» и «Костенки»).

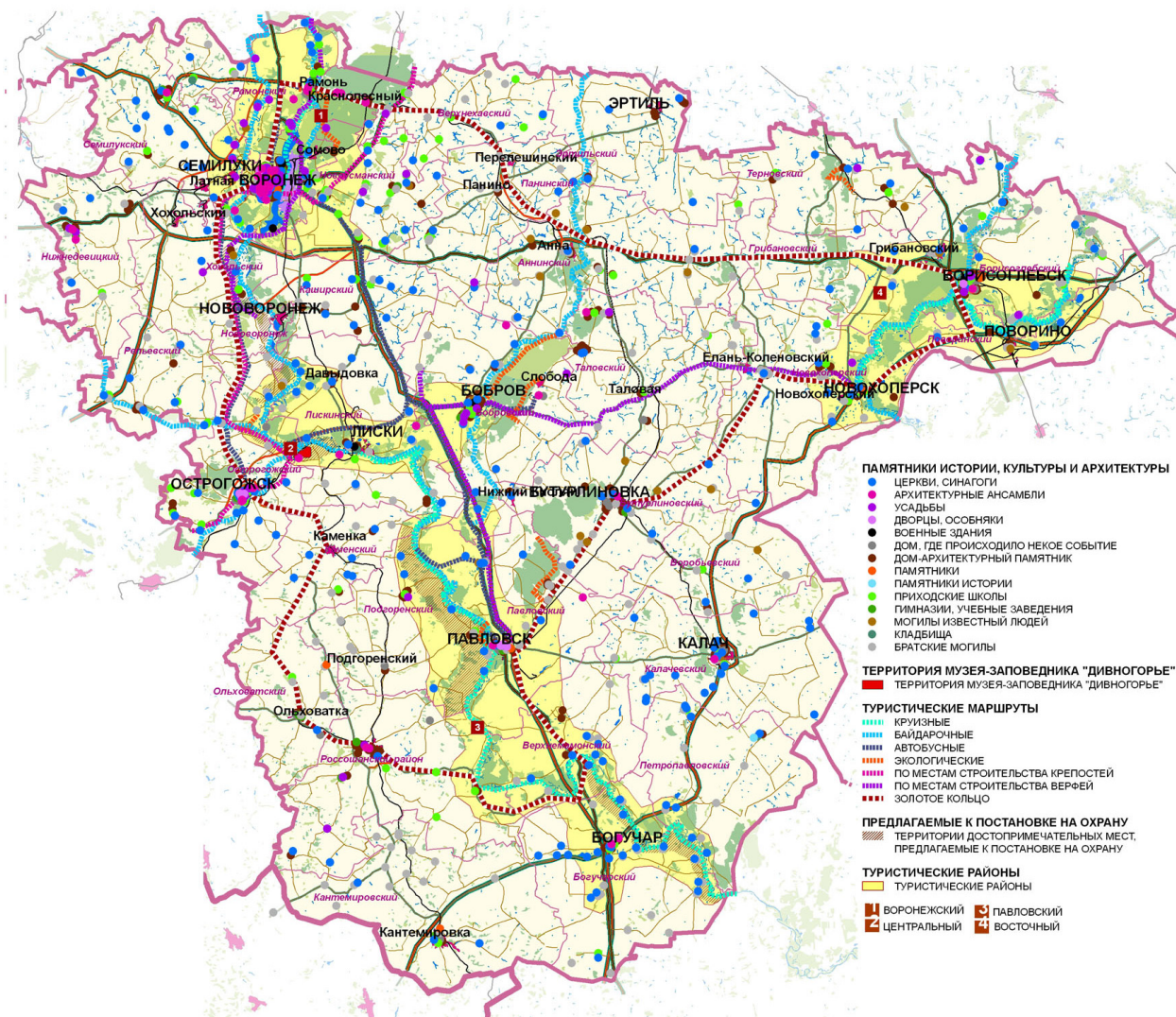


Рис. 2. Схема архитектурно-туристического потенциала Воронежской области

Проектом схемы территориального планирования Пензенской области выделено пять наиболее интересных и перспективных направлений туристско-рекреационного развития региона: организация сети маршрутов по старинным дворянским усадьбам («Серебряное кольцо» Пензенской области); развитие паломнического туризма; развитие зимних видов рекреационной деятельности; организация «Краеведческой деревни» в месте Российского Истока (точка водораздела пресных вод бассейнов Волги и Дона, Каспийского и Черного морей); расширение санаторно-курортного обслуживания.

Проектом также разработана схема перспективной организации туристско-рекреационного обслуживания, на которой выделены туристско-рекреационные зоны, а также центры туризма и рекреации различного уровня, к которым «подвязаны» ближайшие объекты туристского показа (рис. 3).

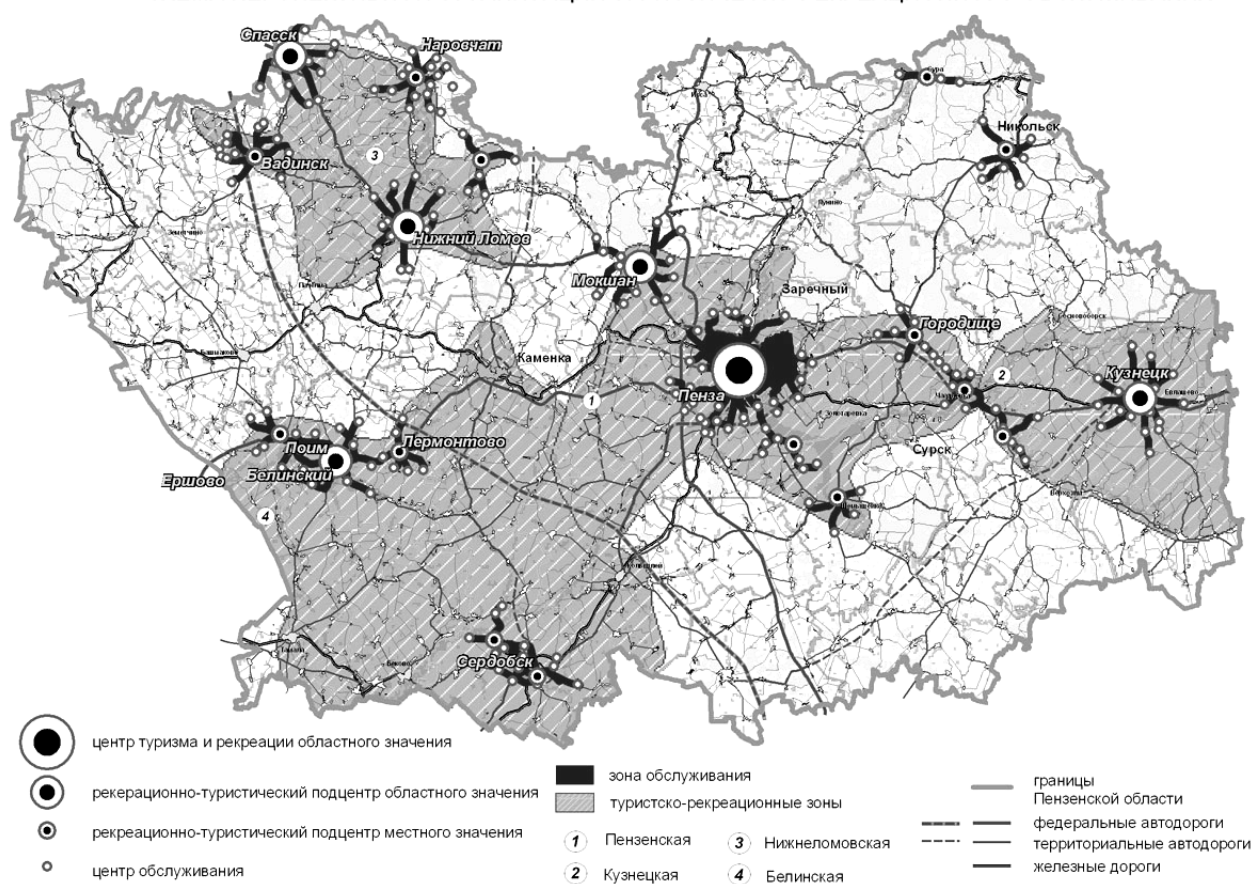


Рис. 3. Схема перспективной организации туристско-рекреационного обслуживания в Пензенской области

В генеральном плане г. Астрахань выявлен значительный туристский потенциал, использование которого будет способствовать превращению города в туристский регион широкой специализации. В городе имеются возможности для развития следующих видов туризма: культурно-познавательного; исторического; экономического, делового и конгрессного; развлекательного; оздоровительного; событийного; круизного; спортивного; образовательного; религиозного; сельскохозяйственного.

Дифференциация видов туризма, развитие которых предлагается в Астрахани, позволяет говорить о функциональном зонировании города с сохранением его планировочной структуры. В составе проекта генерального плана г. Астрахани была выполнена схема «Концепция использования памятников. Схема развития туризма в городе Астрахань», на которой показаны: зоны концентрации памятников истории и культуры, объекты туристской инфраструктуры и функциональные туристские зоны.

Туризм может стать существенной доходной частью бюджета также в регионах, где традиционно он не был развит, а преимущественную долю в экономике занимали промышленные производства и транспортный комплекс.

Так, в последние годы обсуждается вопрос о создании «Восточного Кольца России» – туристского маршрута, объединяющего Дальневосточные регионы (Камчатский, Хабаровский, Приморский край, Магаданскую, Сахалинскую область и др.) и привлекающего как российских, так и иностранных туристов.

В частности, Приморский край приобретает все более возрастающее значение как контактная и туристская зона России с динамично развивающимся Азиатско-Тихоокеанским Регионом. В схеме территориального планирования Приморского края рассматриваются возможности развития оздоровительного туризма (санаторно-курортного лечения), культурно-познавательного и экологического туризма различных направлений.

В составе проекта выполнены схемы культурно-археологического наследия и архитектурно-туристического потенциала, на которых показаны составляющие туристского потенциала региона: объекты историко-культурного наследия, культурно-исторические зоны, места современного расселения коренных народов.

Одним из самых перспективных видов туризма для Приморского края является экологический туризм (рис. 4). На схеме развития экологического туризма обозначены привлекательные места для экотуризма (выдающиеся ландшафты, памятники природы, ООПТ, пляжи и т.д.), объединенные автобусными, байдарочными, круизными, конными, пешими и прочими туристическими маршрутами. При этом, в составе привлека-

тельных мест выделены территории, благоприятные для развития отдельных видов спортивного туризма и отдыха (виндсерфинга, дайвинга, дельтапланеризма и пр.).

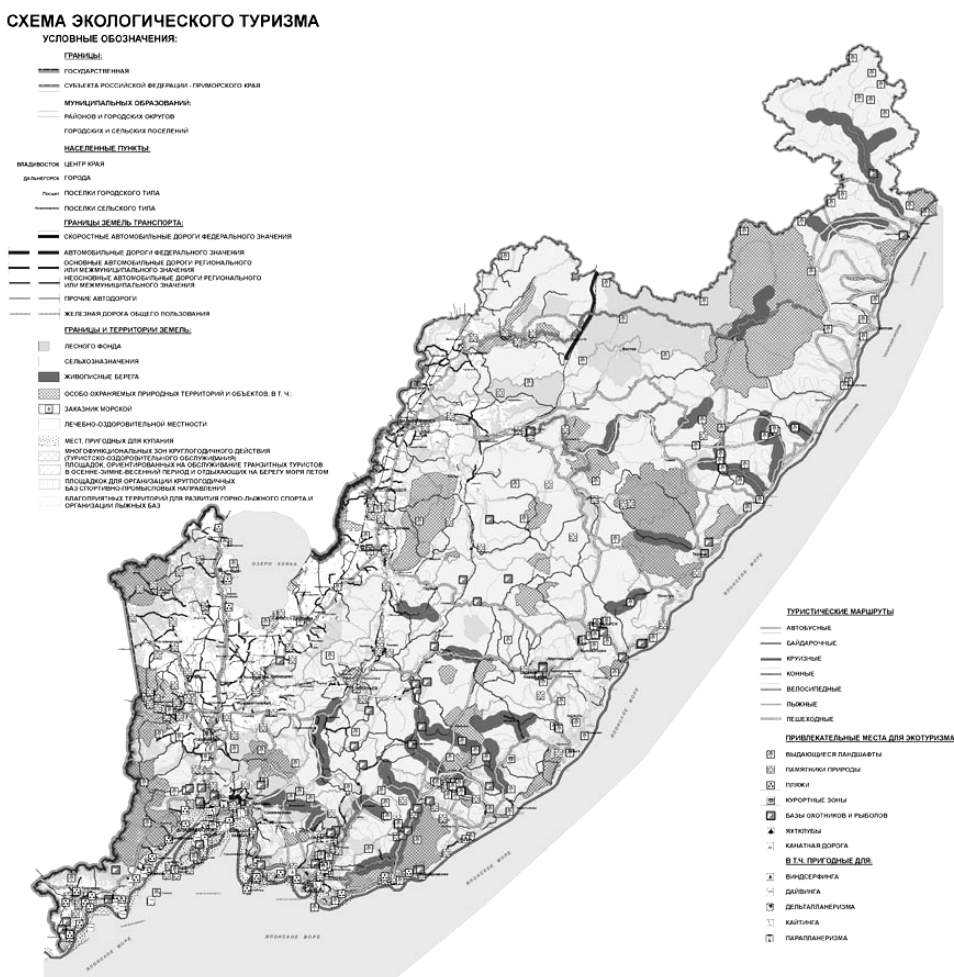


Рис. 4. Схема экологического туризма

Схемы территориального планирования – стратегические документы, регулируемые законодательством РФ и решающие общие вопросы развития территории. Более детально развитие туристской сферы рассматривается на следующих стадиях, в специализированных работах, которые не регламентируются федеральным законодательством.

Специализированные работы

Согласно Градостроительному кодексу подготовка схем территориального планирования может осуществляться в составе одного или нескольких документов, применительно ко всей территории субъекта (муниципального образования) или к его части.

Таким образом, документы территориального планирования, в которых намечаются основные направления развития региона, становятся основанием для принятия решения органами исполнительной власти субъектов РФ (органами местного самоуправления) о разработке специализированных проектных работ по детализации вопросов развития туризма на той или иной территории.

Примером может служить выполненная ФГУП РосНИПИ Урбанистики совместно с Институтом экономики Карельского научного центра РАН «Генеральная схема размещения объектов и инфраструктуры туризма в Республике Карелия» (рис. 5).

В проекте представлен последовательный, поэтапный подход к развитию отрасли в ее пространственном аспекте: развитие туризма в целом по Республике Карелии; предложения по развитию туризма в 12 выявленных на территории Карелии туристических зонах; разработка планировочных эскизов на отдельные участки туристических зон.

Для каждой зоны представлены проектные решения по развитию туристической инфраструктуры, даны предложения по наращиванию инженерной, транспортной и социальной инфраструктур.

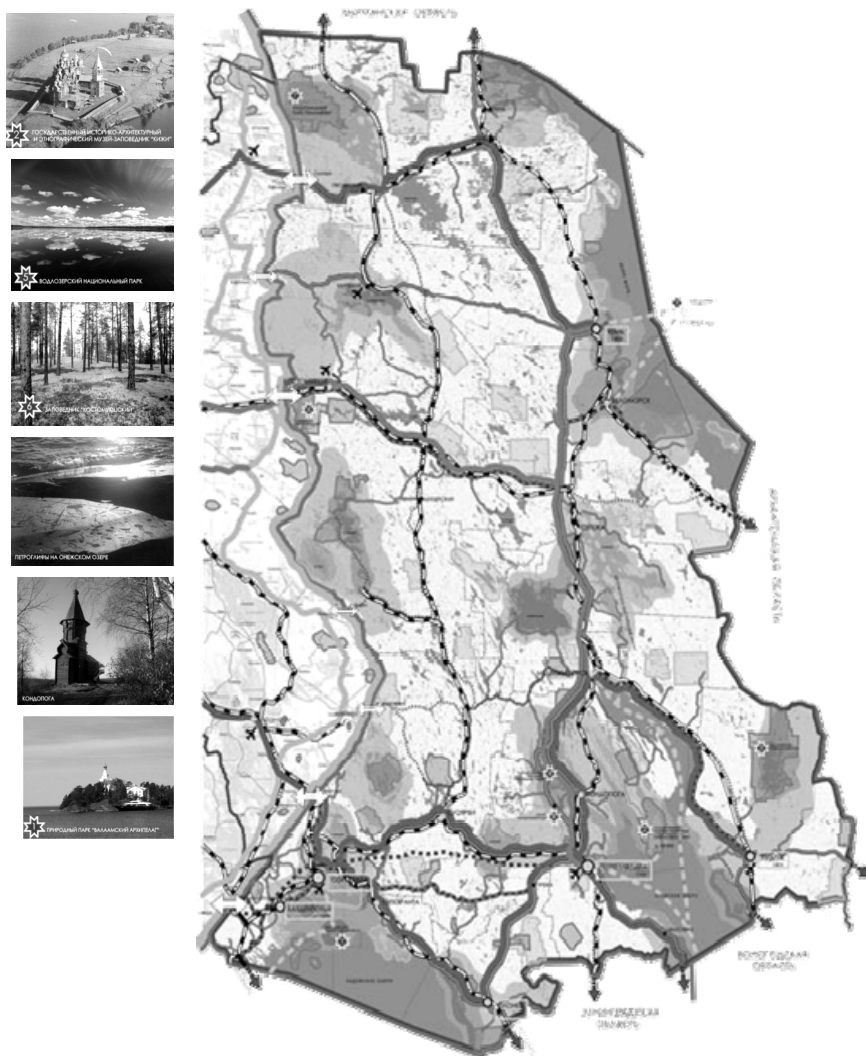


Рис. 5. Генеральная схема размещения объектов и инфраструктуры туризма в Республике Карелия

В работе прогнозируется увеличение доли Республики Карелия в структуре национального туристского рынка с 1,2 % до 7,5 %, увеличение доли туризма в ВРП Республики Карелия с 6,2 % до 8,5 %, увеличение туристского потока в Карелию в 2,5 раза (до 4 млн чел. в год).

Другим примером специализированной работы, выполненной ФГУП РосНИПИ Урбанистики, является «Исследование потенциала развития туристско-рекреационного комплекса на территории Восточного побережья Таганрогского залива Ростовской области» (рис. 6). Данная работа была призвана оценить возможности развития Приазовья как современного приморского курорта в свете перспектив создания в Азовском районе Ростовской области одной из четырех игорных зон.

В работе была проведена пофакторная оценка возможностей развития рекреации, включающая географическое положение, природно-рекреационные ресурсы, демографический потенциал, геологические условия, анализ инженерной подготовки, историко-культурного потенциала, транспортной инфраструктуры, экологические ограничения, оценку конкурентоспособности территории в сравнении с другими сложившимися туристско-рекреационными центрами юга России и Украины.

На основе пофакторной оценки была разработана концепция рекреационного освоения территории, включающая концепцию функционального зонирования территории, расчет емкостей рекреационных зон, этапы освоения и основные мероприятия по благоустройству территории.

Функциональным зонированием территории были выделены территории рекреационных зон, на которых целесообразна организация мест отдыха с размещением учреждений отдыха, парков, пляжей и иных объектов туристско-рекреационной инфраструктуры.

Предполагается, что годовой туристический поток в Приазовскую туристско-рекреационную зону при пессимистическом сценарии составит 1 млн поездок в год, при оптимистическом сценарии – 2,7 млн поездок в год.

Важным инструментом развития данного направления является территориальное планирование, которое на основе комплексного подхода позволяет выявлять туристский потенциал региона и формулировать решения (пространственные, архитектурно-планировочные) по его рациональному использованию и усилению роли туризма в экономическом развитии территории.

УДК 379.858

Гусева М.В.

РОЛЬ АВИАЦИОННОГО ТРАНСПОРТА В РАЗВИТИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В РЕГИОНАХ РОССИИ

Приводится анализ развития авиационного транспорта России с учетом влияния мирового финансового кризиса. Представлены результаты прогнозирования с помощью статистического программного пакета Statgraphics пассажирских перевозок в ГА РФ и пассажиропотока от Москвы до центров туристической индустрии в регионах на ближайшие два года. Даны рекомендации по совершенствованию инфраструктуры, авиационного транспорта в отношении развития туристических кластеров в регионах.

Guseva M.V. A Role of the Aviation Transport in Development of the Tourists' Business in Regions of Russia

There is analysis of the aviation transport development in Russia subject to the influence of the global financial crisis in the article. The results of prognostication of the passenger traffic in the civil aviation and the passenger flows from Moscow to the centres of the tourist industry in regions for two nearest years have been received with the aim of the statistical program package Statgraphics. The recommendations for improvement of the infrastructure, the aviation transport as regards to development of the tourists' clusters in regions are given in the article.

На фоне возрастания роли туризма на мировом уровне современное развитие туризма в Российской Федерации и ее регионах характеризуется многими противоречиями. С одной стороны страна обладает большим количеством природно-географических и историко-культурных туристских ресурсов, сформирована и успешно действует многоукладная туристско-рекреационная отрасль, функционирует достаточное количество туристических компаний, развиваются социально-ориентированные виды туризма. С другой стороны туристские ресурсы неравномерно распределены и используются в малой степени, темпы развития въездного и внутреннего туризма являются незначительными. По прогнозам ВТО при наличии необходимой инфраструктуры Россия может принять до 40 млн туристов в год. Фактически же, по данным Федерального Агентства по туризму РФ¹, в 2009 г. страну с туристическими целями посетило 2100 тыс. человек, что на 8,5 % меньше, чем в 2008 г. Количество выехавших российских туристов за рубеж в 2009 г. превысило число прибытий более чем в 4,5 раза и составило 9542 тыс. человек. Сокращение по сравнению с 2008 г. составило 15,5 %. Проблемы въездного и внутреннего туризма прямо или косвенно влияют на объемы воздушных перевозок, поскольку практически 95 туристов из 100 являются авиапассажирами.

Глобальный экономический рост во многом определяется экономическим ростом в авиации, которая играет важнейшую роль в развитии различных отраслей промышленности. В настоящее время авиаперелеты становятся неотъемлемым компонентом все большего количества туристических поездок. Прежде всего, рост авиатуров связан с расширением географии международного туризма. Однако, для такой страны, как Россия, с ее многочисленными отдаленными туристскими и рекреационными центрами роль авиационного транспорта приобретает еще большее значение.

Гражданская авиация РФ (ГА РФ) после спада, продлившегося с 1991 по 2000 гг., демонстрирует интенсивный восстановительный рост. По сравнению с 1991 г., когда наблюдались самые высокие показатели деятельности, количество перевезенных пассажиров сократилось на 48,8 %. Однако, по сравнению с 1999-2000 гг., когда наблюдался спад в перевозках авиационным транспортом, показатель вырос более чем в 2 раза².

В 2008 г. в ГА РФ, несмотря на начавшийся мировой финансовый кризис, наблюдался рост объемов авиаперевозок. Услугами российских авиакомпаний воспользовались 49,8 млн пассажиров, что на 10,46 % больше, чем в 2007 г. Показатели деятельности воздушного транспорта в 2009 г. повторили показатели 2007 г. (перевезено 45,4 млн пассажиров).

Мировой финансовый кризис, безусловно, отразился на деятельности российских авиакомпаний, в первую очередь, снижением объемов перевозок. Заметный спад начался с ноября 2008 г. и достиг своего максимального значения в феврале-марте 2009 г., когда пассажирооборот сократился более чем на 21 % по отношению к соответствующим месяцам 2008 г. Затем динамика показателя приобрела положительный тренд и в ноябре-декабре 2009 г. обнаружилось его увеличение на 5 % и 12 % соответственно. Таким образом, несмот-

¹ www.russiatourism.ru – официальный сайт Федерального агентства по туризму РФ.

² Сборник «Информация о деятельности воздушного транспорта и авиакомпаний России за 2007-2008 годы», ЗАО «Транспортная Клиринговая Палата», 2009 г.

ря на общее снижение объема авиаперевозок в 2009 г., есть основания полагать, что в последующие годы этот объем восстановится и начнется постепенный рост.

Для подтверждения этого тезиса выполнено комплексное прогнозирование перевозок авиационным транспортом ГА РФ на период 2010-2011 гг. в среде Statgraphics Centurion XVI. С целью прогнозирования использовалась интегрированная модель авторегрессии и скользящего среднего, которая в общем виде состоит несезонной и сезонной части. Из полученных прогнозов на 24 месяца с 95 %-ми доверительными интервалами следует, годовой объем пассажирских перевозок авиационным транспортом в РФ в 2010 г. составит 118,08 млрд пасс. км, в 2011 г. – 125,18 млрд пасс. км. Рост российского рынка авиаперевозок в ближайшие годы ожидается на уровне 5-7 % в год.

Финансовый кризис отразился и на финансовых результатах авиационного транспорта России. В 2007 г. прибыль от деятельности основных авиакомпаний составила 2,8 млрд руб. при уровне рентабельности 1,1 %. В 2008 г. их суммарные доходы выросли в сравнении с предыдущим годом на 82,2 млрд руб., но при этом и расходы возросли на 96,5 млрд руб. и следовательно убыток от деятельности в 2008 г. составил 12,2 млрд руб. при убыточности 3,40 %. Результаты деятельности авиакомпаний в 2009 г. также стали отрицательными, но сумма убытков по итогам года сократилась. По итогам первого полугодия текущего года от выполнения перевозок пассажиров и грузов на транспортной работе получен убыток 3,8 млрд руб.

Авиакомпаниям, неся убытки от основной деятельности – воздушных перевозок, приобретают гостиницы, туристические фирмы и т.д., которые могут принести им прибыль для поддержания основного вида деятельности. В последние годы все более проявляется другая тенденция – обанкротившиеся авиакомпании теряют свою экономическую независимость и приобретаются крупными монополиями. Создаются целые воздушно-туристические монополии, которые занимаются организованными туристическими перевозками. По такому принципу создана транснациональная интегрированная система путешествий в Западной Европе. Туристические компании в таких случаях работают по направлениям регулярных рейсов своих головных авиакомпаний и по основным направлениям чартерных перевозок других авиакомпаний. Примером этого может служить туристическая компания «S7 – тур», созданная на базе авиакомпании «S7».

Индустрия туризма в значительной части ориентирована на принципы территориального формирования турпродукта. В России, обладающей огромной территорией, транспорт объединяет все отрасли экономики, обеспечивает целостность государственной системы и существенным образом влияет на развитие туризма. Так как в последние годы наблюдается непрерывный рост доли туристов в пассажиропотоке авиационных перевозок, то развитие туризма в значительной мере зависит от воздушного транспорта.

Для успешного становления и развития туристских территорий в России следует учитывать неравномерность распределения туристского потенциала на территории страны и различный уровень развития инфраструктуры³. Для продвижения региональных российских туристских кластеров, как на внутренний, так и внешний рынки рекомендуется условно разделить по степени их развития и обеспеченности инфраструктурой на три группы:

- высокий уровень развития – Москва и Подмосковье, Санкт-Петербург и его окрестности, Черноморское Побережье Краснодарского края, район Кавказских Минеральных Вод, Калининградская область;
- средний уровень развития – Северо-Запад России (Псковская, Новгородская области, республика Карелия), Золотое кольцо России, Поволжье;
- низкий уровень развития – Дальневосточный регион (Приморье, Курилы, Камчатка), Западно-Сибирский регион (оз. Байкал, Красноярский край).

Такое деление позволяет разработать эффективные программы продвижения туристских территорий с целью улучшения социально-экономического положения регионов.

Большое количество регионов России, в том числе и особые рекреационно-туристические зоны, относятся к регионам, где транспортные коммуникации либо отсутствуют, либо чрезвычайно слабо развиты (более 60 % территории страны). Для многих регионов существует проблема транспортной доступности туристических центров. Интегратором, который обеспечивает транспортную связь с такими регионами, выступает гражданская авиация. И влияние развития авиационного транспорта на развитие туристического бизнеса в таких регионах велико. Особенно это относится к регионам, которые вошли в третью группу развития и обеспеченности инфраструктурой, а также на регионы Черноморского Побережья Кавказа и Кавказских Минеральных Вод.

Особенность туристской территории России такова, что в ней присутствует туристский кластер Калининградской области, который является полуэксклавом. Развитие таких туристских территорий также во многом зависит от авиационного транспорта и его инфраструктуры.

За последние пять лет (2005-2009 гг.) наблюдался существенный в 1,3-1,6 раза рост числа пассажиров, доставленных авиакомпаниями в удаленные туристические центры. В 2009 г. традиционно большое число пассажиров было зафиксировано на следующих туристических направлениях Москва-Сочи, Москва-Калининград и Москва-Кавказские Минеральные воды и составило 980,605 и 514 тыс. пассажиров, соответственно. Наибольший прирост (165 %) был зафиксирован на направлении Москва-Иркутск, несмотря на то, что об-

³ Джанджугазова Е.А. Маркетинг туристских территорий. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 234 с.

щее количество перевезенных пассажиров составило всего 431 тыс. Этот факт свидетельствует о растущей популярности туристско-рекреационной особой экономической зоны «Ворота Байкала» в Иркутской области.

Выполненное прогнозирование показывает, что, несмотря на последствия мирового финансового кризиса, рост пассажиропотока от Москвы до туристско-рекреационных зон Калининградской и Иркутской областей увеличится к концу рассматриваемого периода на 20 % и 26 % соответственно (табл. 1).

Таблица 1

Прогноз пассажирских авиаперевозок российскими авиакомпаниями

Пара городов		Количество авиапассажиров, тыс.					
От	До	2010 год			2011 год		
		Прогноз	Нижняя доверит. граница	Верхняя доверит. граница	Прогноз	Нижняя доверит. граница	Верхняя доверит. граница
Москва	Калининград	668 583		754 730		578	883
Москва	Иркутск	465 428		502 544		504	584

Рост пассажиропотока, а, следовательно, и количества посещений туристско-рекреационных зон напрямую зависят от располагаемой инфраструктуры. Это, в первую очередь, относится к состоянию аэропортовой базы авиационного транспорта. Решение следующих основных проблем позволит увеличить рейтинг посещений туристами удаленных туристских территорий и снизить затраты туристов на отдых:

- перечень услуг большинства аэропортов ограничивается услугами, которые оказываются непосредственно в аэропортах. Проживание и питание, доставку от аэропорта до гостиницы и обратно пассажиров задержанных рейсов, как правило, авиакомпании должны организовывать самостоятельно путем поиска предприятий, оказывающих данные услуги;
- при выполнении чартерных рейсов, а также когда для оборотных рейсов по расписанию необходимо нахождение воздушного судна в аэропорту обратного вылета, вместо услуги «временная стоянка» в аэропортах применяется услуга «сверхнормативная стоянка» с взиманием повышенной оплаты;
- низкие темпы модернизации аэропортов, связанные с сокращением персонала, неисправностью и выводом из эксплуатации устаревшей специальной техники;
- возложение обслуживающими компаниями на перевозчика расходов по обучению персонала, приобретению оборудования, необходимого для обслуживания воздушных судов;
- отсутствие во многих аэропортах сертифицированных организаций для выполнения технического обслуживания воздушных судов иностранного производства, вследствие чего авиакомпании вынуждены проводить техническое обслуживание собственными силами;
- ужесточение условий оплаты по договорам на обслуживание в аэропортах ввиду требования авансовых платежей.

Таким образом, при формировании стратегических концепций развития туризма в удаленных регионах России необходимо с учетом планируемого объема и структуры туристического потока определять потребности в создании не только туристической инфраструктуры, но и авиационной.

УДК 338.486

Зорин И.В.

ТУРИСТСКАЯ ДЕСТИНАЦИЯ

В статье автор рассматривает трансформацию термина «дестинация» во времени. Прослеживая методологические изменения данного понятия через семантику и расширение толкований относительно таких понятий как «маркетинг», «наследие», «ландшафт», приводит классификацию дестинаций.

Zorin I.V. The Tourist Destination

The term «destination» came into the thesaurus of the tourism in the beginning of the XIX century. In the article, the author considers transformation of this term through the time. Observing methodological changes in the term of «destination» through semantics and developing of definitions according to the terms «marketing», «heritage», «landscape», the author leads to classification of destinations.

Дестинация и маркетинг территорий

Что касается организаторов туризма, то для них с середины XX в. понятие «дестинация» существенно изменилось. В первую очередь благодаря внедрению идей маркетинга, который привнес в туристику собственные понятия-концепты: *маркетинг территорий*, или *территориальный маркетинг*, или *продвижение территории*, или *маркетинг мест*.

Все эти понятия стали необходимы для формирования единого и быстро растущего европейского рынка. В частности, для создания новых возможностей для регионов, стран, коммун и городов, привлечения инвесторов, развития новых предприятий, создания новых рабочих мест, привлечения рабочей силы и туристов. Маркетологи скоро осознали, что территории не менее чем товары и услуги нуждаются в маркетинге. Поэтому каждое из этих понятий стало концептом нового направления в маркетинге, взявшего на себя миссию создания концепции эффективности использования конкретных мест с тем, чтобы ответить на вопрос: «Как создать более сильные и совершенные города и территории в Европе?»¹. Проблему маркетинга мест как «область применения» маркетинга (наряду с маркетингом товаров, услуг, идей) обозначали также Дж. Эванс и Б. Берман (1990).

Ф. Котлер первым обратил внимание на туризм, когда дал определение маркетинга мест как предпринимательской деятельности, осуществляемой с целью создания, поддержания или изменения отношений и/или поведения, касающихся конкретных мест. Тогда он предложил четырехаспектную модель маркетинга мест, выделив четыре ее специфические проблемы: маркетинг жилья; маркетинг зон хозяйственной застройки; маркетинг инвестиций в земельную собственность; маркетинг мест отдыха².

В своей схеме Ф. Котлер выделил особый концепт маркетинга мест отдыха, имеющий своей целью привлечение отдыхающих и туристов на курорты, в города и страны. Вскоре практическим маркетингом мест отдыха стали заниматься корпоративные и национальные туристские организации, туроператоры, бюро путешествий и экскурсий, авиакомпании, сети отелей и ресторанов и др.

Вместе с тем в туристике уже использовалось собственное понятие – дестинация, которое не только заменило собой маркетинговые концепты, но и восприняло многое из их содержания. Тогда благодаря маркетингу понятие «дестинация» приобрело свойство *концепта*. Наиболее общее определение концепта приведено в 1974 г. Оксфордском словаре А. Хорнби и включает следующие ключевые моменты: идея, лежащая в основе целого класса вещей; общепринятое мнение, точка зрения; абстрактная, обобщенная репрезентация объекта.

Так, благодаря внедрению в туристику идей маркетинга, дестинация стала ее концептом – понятием, вышедшим за границы первичного значения данного слова (направления) и вобравшим коллективные знания, формы и значения маркетинга.

Главными аспектами маркетинга дестинаций являются:

- изучение, формирование и прогнозирование дестинаций;
- анализ поведения и мотивов потребителей в различных туристских дестинациях;
- оценка привлекательности дестинаций для инвесторов, населения и туристов;
- продвижение дестинаций.

Дестинация и семантика

Новые представления в понимании значения термина «дестинация» открыла семантика. Понятие было соотнесено с высшими духовными ценностями, имеющими языковое выражение и отмеченными этнокультурной спецификой.

Основатель общей семантики А. Коржибски определял общую семантику как общую теорию оценки фактов, отношений, ощущений в контексте оценочных реакций. С этой точки зрения основной задачей общей семантики он считал так называемое осознание абстрагирования, т. е. осознание соотношения образа и реальности (карты и территории) на основе лингвистического анализа³. В нашем случае, мы полагаем, семантика должна усилить туристику в аспектах *восприятия дестинаций и отражения их образа в речи и в системе жизненных ценностей*.

Казалось бы, аксиологическая ценность туризма всегда лежала на поверхности. Но долгое время (да подчас и сегодня) она ассоциировалась больше с территорией, нежели с содержанием путешествия или паломничества.

Благодаря этому свойству дестинация скоро восприняла один из универсальных концептов культуры «свое – чужое». Сопоставление данных концептов включает осмысление «своего» на фоне «чужого» и «отстранение» своего и придание «личного» чужому. Важен и тот случай, когда удаляется «свое» и приближается «чужое» (Зусман В.А., 2003).

С точки зрения семантики концепт «дестинация» должен отвечать представлению о тех смыслах, которыми оперирует человек в процессах мышления. Семантический опыт туристики быстро развивает в этом направлении значение концепта «дестинация», поскольку заставляет нас открывать при их восприятии высший метафизический и сакральный смысл. Семантический анализ концепта «дестинация» указывает на всеобщий, универсальный источник, порождающий Смысл. Более того, дестинация открывает метафизический

¹ Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И. Маркетинг мест. – М., 2007.

² Котлер Ф. Основы маркетинга. – М., 1996.

³ Korzybski A. Science and Sanity: An Introduction to Non-Aristotelian Systems and General Semantics. (Preface by Robert P. Pula.) – Institute of General Semantics, 1994. (Hardcover, 5th edition).

смысл людям во всем многообразии благодаря, как писал А.Ф. Лосев, «налаганию» имен, ниспосланных людям Мастером, Самим Богом, При этом имена становятся «орудиями восприятия вещей и мест»⁴.

Дестинация и наследие

Понятие *наследие* – развивающийся концепт культуры, способный, при осознании его значения, стать ее константой. Сейчас наследие рассматривается, как правило, в контексте культуры и искусства. Чаще всего наследие объясняют через константу *традиция*. В Большой энциклопедии «Терра» приводит следующее определение наследия – «часть художественной культуры: произведения искусства прошлых эпох, изучение и освоение которых служат исходным пунктом для дальнейшего творческого развития искусства»⁵.

Концепт «наследие» имеет самое прямое отношение к расширению понятия «дестинация». Прежде всего благодаря деятельности ЮНЕСКО по составлению списка объектов Всемирного культурного и природного наследия. В результате термин «наследие» наполнился *аксиологическим содержанием*. Наследие в туризме воспринимается в аспекте ценности и богатства. В свою очередь дестинация расширяет границы понятия наследия, расширяя границы его восприятия, вовлекая его в туристский оборот, делая его доступным.

Принципиально новая аксиологическая установка в корне изменила и расширила понятие дестинации после того, как в 1972 г. ЮНЕСКО приняла *Конвенцию об охране Всемирного культурного и природного наследия*, главная цель которой – сделать известными и защитить объекты, которые являются уникальными.

С 1975 г. ЮНЕСКО ежегодно расширяет список мест Всемирного наследия (*World Heritage*), в котором представлены выдающиеся культурные и природные ценности, составляющие достояние всего человечества.

Списки ЮНЕСКО возглавляют перечень дестинации мира. В 2008 г. в списке Всемирного наследия находилось 878 объектов, расположенных в 145 странах. Из них: 679 культурных, 174 природных, 25 смешанных.

Объекты из списка Всемирного наследия ЮНЕСКО составляют опорный каркас дестинации, общепризнанных как величайшие ценности человечества.

За статус объектов Всемирного наследия борются многие страны, регионы, города, поскольку он дает целый ряд значимых преимуществ: повышает престиж территорий, в том числе включает объект в число монопольных дестинации мира; обеспечивает финансирование для сохранения культурного и природного наследия из Фонда всемирного наследия; обеспечивает мониторинг и контроль за состоянием сохранности объекта; способствует быстрому развитию туризма (экологического, познавательного, культурного) и привлечению по этому каналу дополнительных инвестиций и новых валютных поступлений и др.

Концепция природного и культурного туризма позволила дестинации стать одной из новых констант, которую дала мировой культуре туристика.

Список Всемирного наследия растет год от года. По оценкам экспертов, список включает далеко не все достойные объекты, заметен определенный протекционизм в зачете памятников в пользу стран Западной Европы. В России однако выделено всего 23 объекта (2,8 % от общего количества памятников Всемирного наследия).

Из них:

- 15 памятников представляют культурные объекты;
- 8 памятников – природные объекты.

Как соотносится понятие «дестинация» с понятием объектов Всемирного наследия? Как константа и концепт. Есть несколько важных аспектов данного соотношения.

1. Как концепт туристики каждый объект ЮНЕСКО придает константе «дестинация» аксиологический характер, раскрывая смысловую сторону туризма как приобщение к богатству мира,

2. Каждый памятник ЮНЕСКО сам по себе является ведущей дестинацией страны.

3. Признание большого числа памятников, соответствующих критериям ЮНЕСКО, резко повышает уровень страны как мировой дестинации.

4. Дестинация стала константой туристики прежде всего благодаря вниманию ЮНЕСКО к Всемирному культурному и природному наследию.

5. Но и осознание культурного и природного наследия как концепта туристики стало возможным благодаря константе «дестинация».

Конечно, реальное число дестинации значительно больше списка ЮНЕСКО. Каждый год он пополняется новыми великими объектами. И именно благодаря понятию «дестинация».

Понятие «дестинация» заставляет переосмыслить устоявшиеся традиционные понятия туристики. Например, таких, как «факторы», «условия», «ресурсы», «ценности», «богатство», относительно тех же природных и культурных объектов. Так, в древние времена море было негативным фактором для развития миграций людей и их путешествий; в апостольские времена море стало условием для путешествий; в эпоху Великих географических открытий – фактором научных открытий и глобализации мира; во времена романтических настроений – стало восприниматься эстетически, как стихия, в которой проявляется некий высокий метафизический смысл; в

⁴ Лосев А.Ф. Имя. Избранные работы, переводы, беседы, исследования, архивные материалы. – СПб, 1997.

⁵ Терра. Большая энциклопедия. Наследие. Т. 31. – М., 2006.

индустриальный период развития туризма – его важнейшим природным ресурсом; в постиндустриальном мире перестает быть ресурсом туризма и все более приобретает значение ценностей рекреации.

Вот и получается, что динамика понятия «дестинация» включает всё новые и новые объекты и меняет характер их использования. Наконец, в предельном случае, *всякий объект приобретает форму дестинации, когда он находит место в положительном образе ландшафта, места, страны.*

Однако остается открытым вопрос – сколько сегодня дестинаций?

Предлагаем считать дестинацией всякий объект, входящий в каталоги любого туроператора.

Дестинация и ландшафт

Важнейшим свойством дестинации является ее *территориальная приуроченность к определенному ландшафту*. Термин «ландшафт» мы рассматриваем в его первоначальном этимологическом значении, как *вид местности*, но также как *территориальный комплекс*, включающий различные природные и антропогенные компоненты. Эти свойства ландшафта позволяют посмотреть на дестинацию *целостно*, как на *геоинформационную рекреационную систему*, предназначенную для сбора, хранения, анализа и графической визуализации пространственных данных и связанной с ними информации о представленных в дестинации объектах⁶. Данный подход делает возможным использование уже разработанного в геоинформационной системе инструментария для поиска, анализа и моделирования дестинации как рекреационных информационных систем.

Ландшафт передает свою *индивидуальность* дестинации. Эта индивидуальность задается характерным набором компонент в каждом ландшафте, а также их связями, присущими исключительно данному ландшафту. Даже незначительное нарушение этих соотношений приводит к невозвратному изменению индивидуальности дестинации. Ландшафты – неотъемлемая часть окружающей среды, и большинство проблем окружающей природной и историко-культурной среды сводится к сохранению качества ландшафтов⁷. Эти же авторы указывают на то, что сохранение ландшафта как «территориальной ячейки устойчивого, экологически сбалансированного развития биосферы становится одним из приоритетных направлений международного сотрудничества в Европе».

Европейская конвенция по ландшафтам рассматривает ландшафты как фундаментальную основу сохранения окружающей среды, а также как объект наследия:

– ландшафты признаются как воплощение разнообразия Всемирного культурного и природного наследия;

– «признается, что ландшафты составляют специфическую основу жизни разнообразных этносов, в том числе и нас с вами;

– «необходимо внедрять специальную ландшафтную политику, соответствующую различным сферам человеческой деятельности (экономической, социальной, культурной, градостроительной, экологической и пр., в том числе рекреационной);

– требуется провести идентификацию, оценку и анализ состояния ландшафтов, а также установить контроль за их изменением;

– требуется постоянно совершенствовать механизмы охраны и планирования ландшафтов.

Конвенция о Всемирном наследии признает главным свойством ландшафтов их разнообразие. Последнее свойство – *главное условие образования туристских потоков и формирования комплекса дестинаций*.

С другой стороны, *концепт «дестинация» усиливает в содержании ландшафта смысл использования*. Сам факт использования превращает любой ландшафт в антропогенный. Согласно Конвенции использование ландшафтов дифференцирует их на три основных категории:

1. Четко определяемые, целенаправленно сформированные (clearly defined landscape designed and created intentionally by man) ландшафты, которым в русском языке наиболее соответствует понятие «рукотворные».

2. Естественно сформировавшиеся, или эволюционировавшие, ландшафты (organically evolved landscape), среди которых выделяются субкатегории реликтовых, или «ископаемых» (relict or fossil landscape), и продолжающих поступательное развитие, или развивающихся, ландшафтов (continuing landscape).

3. Ассоциативные (associative) ландшафты.

Кулешова М.Б. выделяет в данной типологии два логических основания⁸:

1. Степень преобразованности и культурной освоенности исходного природного ландшафта (выделяются соответственно ландшафты рукотворные, естественно сформировавшиеся и ассоциативные).

2. Жизнеспособность сформировавшихся ландшафтов (ландшафты «ископаемые», реликтовые, саморазвивающиеся).

Эти же основания могут быть успешно применены для типологической характеристики дестинаций.

⁶ Журкин И.Г., Шайтура С.В. Геоинформационные системы. – М, 2009.

⁷ Веденин Ю.А., Кулешова М. Е. Культурный ландшафт как объект культурного и природного наследия // Известия АН. Сер. геогр. – 2001. - № 1.

⁸ Кулешова М.Е. Культурные ландшафты: общие представления, понятия, подходы к оценке // Экологические проблемы сохранения исторического и культурного наследия. – М.: Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия, 2000.

В развитии дестинаций, так или иначе, участвуют все типы ландшафтов. Так, *рукотворные* ландшафты формируют *дестинации*, чей облик подчинен некоему творческому замыслу: дестинации поселений, садов, парков, различных геотехнических систем.

Естественные дестинации появились в результате длительных спонтанных воздействий людей там, где сложным образом переплетаются процессы природной эволюции и результаты творческого целеполагания. К этому типу относятся все природные и некоторые сельские, этнические, исторические дестинации.

Ассоциативные дестинации, согласно М.Б. Кулешовой, представляют природные ландшафты, обладающие культурной ценностью, а также освоенные ландшафты, в которых характер освоения имеет вторичное значение, а первичное – связь с историческими событиями, личностями, художественными произведениями. Здесь культурная составляющая часто представлена не в материальной, а в ментальной форме, по ассоциации природного объекта с каким-либо феноменом культуры: «Таким образом, природные комплексы включаются в историко-культурное пространство без изменения их природной ритмики и эволюции, часто опосредованно, в качестве памятных мест, мест творчества, сакральных (т.е. священных, культовых, ритуальных) местностей и т.д.»⁹.

«Ископаемые» (fossil) дестинации – это «застывшие» ландшафты, остановившиеся в своем развитии, но сохранившие свое строение. Причиной этого стало исчезновение социума, в свое время создавшего данный ландшафт. Ископаемые дестинации являются основой *археологических и палеонтологических дестинаций* – развалины древних городов, ареалы культур с сохранившимися археологическими объектами. Эти дестинации сохранили древний ландшафт, но утратили самого «носителя культурной традиции».

Реликтовые дестинаций формируются на основе «угасающих» ландшафтов, оказавшихся под воздействием изменившихся природных и антропогенных условий. К этому типу относятся не только *реликтовые природные комплексы*, но и *усадебные, дворцово-парковые и монастырские ландшафты*, где коренным образом изменился характер деятельности.

Свободно развивающиеся дестинации должны быть обязательно связаны с традиционными коренными культурами. Эти дестинации очень уязвимы, так как полностью зависят от природных условий вмещающего ландшафта, поскольку только данный ландшафт и позволяет осуществлять коренному народу его традиционную деятельность.

Продолжая логическое классификационное построение М.Е. Кулешовой, каждую дестинацию следует охарактеризовать по совокупности типологических категорий, что полезно не только для целей систематизации ландшафтного наследия, но и целостной характеристики дестинации. Следует согласиться с предложенной М.Е. Кулешовой системной классификацией культурных ландшафтов и распространить ее на дестинации:

- сельскую дестинацию (сельскохозяйственная деятельность);
- селитебную дестинацию (создание поселений и их ландшафтное обустройство);
- «сакральную дестинацию (проведение религиозных церемоний, поклонение объектам культа, священнодействие);
- рекреационную дестинацию (комплексное оздоровление, воспитание чувства прекрасного, приобретение душевного покоя и внутренней гармонии);
- «промысловую дестинацию (охота, рыбная ловля, добыча морского зверя и водных беспозвоночных, заготовка пищевых, лекарственных, технических растений, лесозаготовка и лесоразведение, оленеводство);
- заповедную дестинацию (сохранение естественной информативности ландшафта, ведение научно-исследовательских работ);
- мемориальную дестинацию (сохранение памяти о важных исторических событиях и выдающихся личностях, сохранение связанных с ними атрибутов, трансляция преданий и исторических повествований, празднование памятных дат и т.п.).

Как видим, концепция ландшафта оказала самое сильное воздействие на содержательную и формальную стороны константы «дестинация».

Содержательные аспекты раскрытия понятия «дестинация» в настоящее время включают следующие разделы:

- Дестинация и деятельность
- Дестинация и габитус
- Дестинация и паттерн
- Проектирование дестинации

Исследование каждого из рассматриваемых понятий туристских дестинаций требует глубокой и детальной проработки вопроса сопряженной с изучением достаточно сложной факториальной зависимости.

⁹ Там же.

МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ ПРИНЦИПОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА ЧЕРЕЗ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО

Статья посвящена вопросам устойчивого развития туризма. Авторами рассмотрены вопросы, связанные с историей развития, терминологией и реализацией концепции устойчивого развития для индустрии туризма. Развитие государственно-частного партнерства в сфере туризма и сохранения туристских ресурсов в современных условиях представляется наиболее действенным инструментом реализации принципов устойчивого развития.

Karpova G.A., Maksarova E.M. The Mechanism of Realization of the Sustainable Development Principles for the Tourism Through the Public-Private Partnership

The article deals with the sustainable tourism development. The authors address the issues related to the history, terminology and the concept of sustainable development for the tourism industry. Development of public-private partnerships in the field of tourism and reservation of the tourism resources under modern conditions is the most effective instrument for the implementation of the sustainable development principles.

Среди новейших мировых тенденций развития туризма особое место занимает концепция устойчивого развития туризма. Необходимость перехода туристской сферы на принципы устойчивого развития в современных условиях глобализации и информатизации общества очевидна. Практика показывает, что неконтролируемый рост туризма, преследующий цель быстрого получения прибыли, зачастую имеет негативные последствия, поскольку он наносит ущерб окружающей среде, местному сообществу и разрушает саму основу, на которой держится функционирование и успешное развитие туризма.

Дебаты во всем мире по поводу концепции устойчивого развития туризма стали феноменом 90-х годов прошлого века. Впрочем, несомненно, концепция устойчивого развития туризма берет свое начало из концепции устойчивого развития в целом. Понятие *устойчивого развития* многогранно, многоаспектно и неоднозначно. Под устойчивым обычно понимается такое развитие, которое удовлетворяет наши сегодняшние потребности без нанесения ущерба возможностям будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности¹. Таким образом, устойчивое развитие учитывает более долгосрочные перспективы, чем обычно человек учитывает при принятии решений и подразумевает необходимость в управлении и планировании.

В то время как сам термин «устойчивость» стал использоваться недвусмысленно только в течение последних 20 или 30 лет, идеи, поддерживающие его, относятся к самым ранним примерам планирования городов. Некоторыми из самых ранних попыток достичь устойчивого развития были города и поселения, построенные и управляемые еще римлянами во времена Римской империи. Также многие традиционные сельскохозяйственные системы базировались на принципах устойчивости. Земледелие осуществлялось таким образом, чтобы скорее сохранить, нежели растратить плодородие земли, для того чтобы продолжать выращивать на ней продукты питания в будущем.

Тем не менее, со временем, технологические изобретения, рост населения, социальные и экономические изменения привели к росту производства и урбанизации. Это в свою очередь повлияло на стремление максимизировать производство продукции за короткий период времени. Такой способ развития неизбежно привел к возникновению множества проблем. Индустриализация трансформировала экономику и общество, так же как и окружающую среду. Понимание того, что если этот процесс не будет контролироваться, то окружающая среда может быть разрушена, было. Однако вплоть до рубежа 60-70-х годов XX в. доминировали представления о неограниченности ресурсов, либо достаточно большом потенциале используемых ресурсов. И лишь в 70-е годы XX в., когда во всем мире резко обострились экологические проблемы, перед экономической наукой встала задача осмыслить сложившиеся тенденции эколого-экономического развития и разработать принципиально новых концепций развития.

С началом 70-х годов положение резко изменилось: обострение ресурсно-сырьевой глобальной проблемы, ухудшение экологической ситуации и демографический «взрыв» в развивающихся странах способствовали тому, что предшествующие представления о возможности практически неограниченного хозяйственного роста были опровергнуты известными американскими учеными Данеллой и Денисом Медоузами в исследовании 1972 г. «Пределы роста». Они показали на основе компьютерного моделирования, как экономический рост может повлиять на будущее человечества, если уровень загрязнений и использования ресурсов будет оставаться таким же. В случае сохранения современных тенденций роста численности населения, индустриализации, загрязнения природной среды, производства продовольствия и истощения ресурсов в течение следующего столетия мир может подойти к пределам роста. В результате может произойти неожиданный и

¹ Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers, WTO&UNEP, 2005. - <http://www.unep.fr/pc/tourism/library/home.htm>

неконтролируемый спад численности населения и снижения объемов производства. Однако можно изменить тенденции роста и прийти к устойчивой в долгосрочной перспективе экономической и экологической стабильности. Состояние глобального равновесия можно установить на уровне, который позволяет удовлетворить основные материальные нужды каждого человека и дает каждому человеку равные возможности реализации личного потенциала.

Документом, в котором впервые говорилось о концепции устойчивого развития, является «Всемирная стратегия охраны окружающей среды», опубликованная в 1980 году Всемирным союзом охраны природы. Всемирный союз охраны природы предложил следующую формулировку устойчивого развития: «Устойчивым развитием называется процесс, в рамках которого развитие происходит без нанесения ущерба ресурсам и их истощения, что и делает развитие возможным. Это, как правило, достигается либо таким управлением ресурсами, при котором они могут возобновляться с той же скоростью, с какой они используются, либо переключением с медленно-возобновляемых ресурсов на быстро возобновляемые. При таком подходе ресурсы могут быть использованы как будущим, так и настоящим поколениями»².

Затем в 1984 г. Генеральная Ассамблея Организации Объединенных Наций (ООН) приняла решение о создании международной комиссии по окружающей среде и развитию, которая должна была подготовить соответствующий доклад для ООН. В 1987 г. Всемирная комиссия по охране окружающей среды и развитию под руководством норвежского врача Г.Х. Брунтланд опубликовала доклад «Наше общее будущее». В нем сообщалось, что беднейшие 20 % населения Земли владеют менее чем 2 % продукции мировой экономики, тогда как на долю богатейших 20 % приходится 75 % продукции. 26 % мирового населения, живущие в развитых странах, потребляют от 80 до 86 % невозполнимых ресурсов и от 34 до 53 % пищевых продуктов. В нем говорилось о стратегии устойчивого развития, как о спасении для человечества. Комиссия определила устойчивое развитие как «удовлетворение потребностей настоящего без создания угрозы удовлетворению потребностей будущих поколений»³. Основная суть концепции заключалась в следующем: человеческое общество посредством производства, демографических процессов и других сил создает слишком сильное давление на экосферу нашей планеты, ведущей к её деградации, лишь немедленный переход на путь устойчивого развития позволит удовлетворить существующие потребности, обеспечив при этом будущим поколениям такую же возможность.

В 1992 г. на Конференции ООН в Рио-де-Жанейро главы 179 государств одобрили план действий по устойчивому развитию, получивший название «Повестка дня на XXI век». Она была принята в связи со стремительно ухудшающейся экологической ситуацией и прогнозом о возможной глобальной катастрофе в XXI в., которая может привести к гибели всего живого на планете. Человечество столкнулось с обостряющимся противоречием между растущими потребностями людей и неспособностью биосферы обеспечить их. В итоге была признана необходимость кардинального изменения характера экономического роста и провозглашена концепция устойчивого развития, которой должны следовать все государства мира. В основу устойчивого развития должны быть заложены такие экономические механизмы, которые, с одной стороны, ведут к эффективному использованию природных ресурсов и сохранению окружающей среды, а с другой – к удовлетворению потребностей людей и улучшению качества жизни не только ныне живущих, но и будущих поколений. Итоговые документы конференции определили основные положения современной экономической, ресурсной, социально-демографической и экологической ситуации и сформулировали основные положения перехода мировой экономики к стратегии устойчивого развития.

В «Повестку дня на XXI век» туризм в качестве отдельной темы не был включен, однако его влияние на сохранение окружающей среды, культурного и природного наследия и на объединение усилий различных организаций по устойчивому развитию, послужило причиной разработки и принятия в 1995 г. Всемирной туристской организацией (ЮНВТО), Всемирным советом по путешествиям и туризму (WTTC) и Советом Земли документа под названием «Повестка дня на XXI век для индустрии туризма и путешествий». В этом документе анализируется стратегическая и экономическая важность туризма, констатируется, что имеются многочисленные свидетельства о чрезмерном наплыве туристов, об утере курортами их былой славы, уничтожении местной культуры, транспортных проблемах и о растущем сопротивлении местного населения развитию туризма. Индустрия туризма и путешествий обладает потенциалом для существенного улучшения экологической и социально-экономической ситуации во всех центрах и странах, в которых эта отрасль действует, используя для этого культуру устойчивого развития туризма. Она заключается в том, чтобы заменить культуру интенсивного потребления культурой разумного роста; уравновесить экономические и экологические факторы развития; найти общие интересы туристов и местного населения; распределять полученную выгоду среди всех членов общества, и в первую очередь среди наиболее бедных категорий населения.

² Устойчивое развитие туризма: Пособие для специалистов по местному планированию. ВТО. Мадрид, 1993.

³ Роузленд М. Устойчивые сообщества – устойчивая планета // Волна. - №4 (29). – 2001. – С. 34-43.

В документе намечена конкретная программа действий государственных органов, отвечающих за развитие туризма, и туристских компаний по созданию условий для устойчивого развития туризма. Подчеркивается важная роль сотрудничества между органами власти, отраслями экономики и туристскими организациями.

В Повестке дня дается следующее определение устойчивого развития туризма: «Устойчивое развитие туризма удовлетворяет нынешние потребности туристов и принимающих регионов, охраняя и приумножая возможности на будущее. Управление всеми ресурсами должно осуществляться таким образом, чтобы, удовлетворяя экономические, социальные и эстетические потребности, сохранить культурную целостность, важные экологические процессы, биологическое разнообразие и системы жизнеобеспечения. Продукция устойчивого туризма — это продукция, которая существует в согласии с местной средой, обществом, культурой таким образом, что это приносит пользу, а не ущерб туристскому развитию»⁴.

Популярность большинства туристских центров зачастую основывается на чистоте окружающей среды и самобытности местной культуры. Поэтому, только соблюдая основные принципы устойчивого развития, туристские центры могут рассчитывать на успех в развитии туризма. Эти принципы включают в себя следующее:

- Экологическая устойчивость обеспечивает совместимость развития с поддержанием базовых экологических процессов, биологического разнообразия и биологических ресурсов
- Социальная и культурная устойчивость обеспечивает такое положение, при котором развитие совместимо с сохранением культурных ценностей и традиций, а также местной самобытности.
- Экономическая устойчивость обеспечивает экономическую эффективность развития и такое положение, при котором избранный метод управления ресурсами дает возможность их использования будущими поколениями.

Таким образом, устойчивое развитие туризма предполагает его планирование и управление, обеспечивающее улучшение качества жизни местного населения, защиту природной среды и культурного наследия.

Устойчивое развитие туризма – это такое развитие туризма, ориентированное на долгосрочный период, при котором достигается баланс в реализации экономических, экологических, социальных и культурных целей развития, учитываются интересы всех заинтересованных сторон (туристов, принимающих и направляющих дестинаций, местного населения), на основе рационального использования туристских ресурсов и всестороннего партнерства.

Устойчивый туризм – это такой вид туризма, при котором обеспечивается рациональное использование ресурсов окружающей среды, поддерживаются социально-культурные особенности принимающих сообществ, обеспечивается эффективность и жизнеспособность долгосрочных экономических процессов, а часть получаемых средств от развития туризма направляется на восстановление туристских ресурсов и совершенствование технологий производства туристских услуг.

В таблице 1 приводится обобщенная сравнительная характеристика устойчивого и неустойчивого развития туризма. В данной ситуации устойчивое развитие вовсе не означает «хорошее», а неустойчивое – «плохое», тем не менее, благодаря сравнению, проясняется суть самого явления.

Таблица 1

Сравнительные характеристики устойчивого и неустойчивого развития туризма

Устойчивое развитие туризма	Неустойчивое развитие туризма
Поступательное развитие	Быстрое, стремительное развитие
Контролируемое развитие	Неконтролируемое развитие
Рассчитанные масштабы развития	Неподходящий масштаб развития
Долгосрочное планирование	Краткосрочное планирование
Качественное развитие	Количественное развитие
Управление на местах	Дистанционное управление
Развитие на основе четко сформулированной стратегии	Развитие посредством единичных, не связанных между собой проектов
Равномерное распределение нагрузки на окружающую среду и сообщество	Избыточная нагрузка на окружающую среду и сообщество в туристских центрах
Доходы от туризма направляются на восстановление туристских ресурсов	Доходы от туризма не остаются в данном регионе
Привлечение местных трудовых ресурсов	Привлечение приезжих трудовых ресурсов

В то же время существует множество других терминов, которые тесно связаны с устойчивым туризмом, но им не являются. В основе всех этих концепций лежит бережное отношение к природе, сохранение культурных объектов, социальная ответственность и экономическое процветание территории (рис. 1.).

⁴ Swarbrooke J. Sustainable tourism management. CAB International, London, 1999.

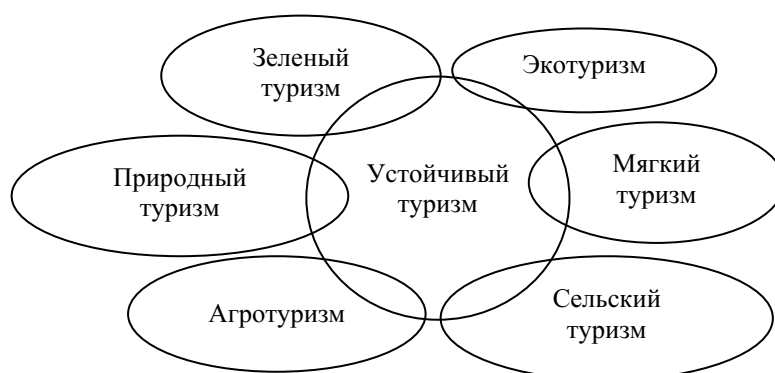


Рис. 1. Взаимосвязь между устойчивым туризмом и другими видами туризма

В целом, необходимо стремиться сделать любой вид туризма более устойчивым. Нормы и практику управления устойчивым развитием туризма можно применять ко всем видам туризма. Сейчас по своей сути большинство видов туризма не соответствует критериям устойчивого развития, и необходимо стараться сделать их таковыми, переходить на новые принципы развития туризма.

На Международной конференции, проведенной в Ванкувере (Канада) в 1990 г. и посвященной стратегии действий в туризме, были сформулированы следующие виды положительного воздействия устойчивого развития туризма:

1. Устойчивый туризм способствует пониманию путей воздействия туризма на природную, культурную и социальную сферу.

2. Устойчивый туризм обеспечивает справедливое распределение доходов и расходов. Туризм создает рабочие места непосредственно в местном секторе туризма и смежных с ним секторах.

3. Туризм стимулирует прибыльные внутренние отрасли - гостиницы и другие средства размещения, рестораны и другие службы общественного питания, транспортные системы, народные промыслы и экскурсионно-информационное дело.

4. Туризм способствует притоку в страну иностранной валюты и обеспечивает капиталовложения в местную экономику. Туризм способствует диверсификации местной экономики, особенно в сельских районах, где занятость населения может носить сезонный и случайный характер.

5. Устойчивый туризм стремится к тому, чтобы в процессе принятия решений участвовали все слои общества, включая местное население, с тем, чтобы туризм и другие ресурсопотребляющие отрасли могли гармонично сосуществовать. Он включает шинирование и зонирование, что обеспечивает такое развитие туризма, которое совместимо с пропускным потенциалом дайной экосистемы.

6. Туризм стимулирует модернизацию местных инфраструктур транспорта, связи и других базовых систем.

7. Туризм создает рекреационные объекты, которыми могут пользоваться местные жители, а также внутренние и международные туристы. Благодаря туризму финансируется и поощряется забота о сохранности местных археологических раскопок, исторических зданий и мест.

8. Природный туризм способствует продуктивному использованию земель, не имеющих сельскохозяйственного значения, что позволяет сохранять естественную флору на больших площадях.

9. Культурный туризм способствует росту самосознания среди местных жителей и дает возможность добиваться более глубокого взаимопонимания и тесных контактов между людьми, представляющими различные культуры.

10. Экологически устойчивый туризм наглядно демонстрирует важное значение природных и культурных ресурсов для экономического и социального благосостояния общества и помогает их сохранению.

11. В рамках устойчивого туризма осуществляются контроль, анализ и управление процессом развития туризма, разрабатываются надежные методы контроля за состоянием окружающей среды и предпринимаются попытки устранения любых негативных последствий.

Таким образом, развитие устойчивого туризма обеспечивает единство туристов и работников индустрии туризма со сторонниками защиты окружающей среды, а также местным населением, заинтересованным в повышении уровня жизни.

Ведущие международные организации, такие как ЮНВТО, Всемирный совет по путешествиям и туризму, Международная Федерация туроператоров, Европейская комиссия и др. ведут активную работу по стимулированию устойчивого развития туризма по всему миру.

ЮНВТО готовит рекомендации и методические материалы по устойчивому развитию и управлению туризмом; распространяет успешный опыт, собираемый со всего света, обеспечивая правительства и частный бизнес необходимым инструментарием и консультационной поддержкой для устойчивого развития туристской отрасли. С целью ознакомления с удачными примерами развития и управления туризмом ЮНВТО вы-

пушено 3 сборника наиболее успешных положительных примеров, каждый из которых содержит около пятидесяти исследований конкретных примеров в более чем тридцати странах мира.

Необходимо отметить, что в настоящее время главной проблемой в концепции устойчивого развития туризма является недостаток инструментов реализации принципов устойчивости на практике. Существующие инструменты не позволяют развивать устойчивый туризм повсеместно, использование многих инструментов таит в себе множество проблем и подводных камней, поэтому только грамотное, тщательно спланированное управление может дать положительные результаты.

В современной теории выделяют ряд механизмов и инструментов управления устойчивым развитием туризма: определение пропускного потенциала, индикаторов устойчивого развития туризма, мониторинг устойчивого развития туризма, маркетинг и де-маркетинг, туристские сборы, управление посетителями, обучение и подготовка туристов и местных жителей, государственно-частное партнерство, обмен информацией и опытом, экосертификация, кодексы поведения и др.

Между тем, представляется, что в настоящее время одним из самых эффективных способов реализации задач в сфере сохранения туристских ресурсов и устойчивого развития туризма является использование инструментов государственно-частного партнерства (ГЧП). Система государственно-частного партнерства играет очень важную роль, являясь одновременно не только инструментом в целях устойчивого развития туризма, но и необходимым условием, важным звеном в механизме устойчивого развития туризма. Без партнерства бизнеса и власти достижение целей устойчивого развития туризма не видится возможным. Это позволяет региональным и федеральным властям, с одной стороны, решить государственные задачи (развитие инфраструктуры, сохранение природных и культурных ресурсов, решение экологических проблем, повышение уровня благосостояния населения и пр.) и частным инвесторам, с другой стороны, получить гарантии и поддержку со стороны государства.

ГЧП становится возможным в результате инициативной, внутренне мотивированной деятельности экономических субъектов, добровольной в своей основе. Поэтому основной целью использования экономических механизмов должно быть не принуждение бизнеса и муниципальных образований изменить свои взгляды на развитие туризма, а поощрение хозяйствующих субъектов в осуществлении деятельности в целях устойчивого развития туризма. Разработка системы преференций для участников партнерства и финансовых механизмов осуществления их деятельности позволит развить ГЧП на экономически эффективной основе в целях создания условий для сохранения туристских ресурсов и развития туризма в РФ.

В мировой практике ГЧП успешно применяются в транспортной (автодороги, железные дороги, аэропорты, порты, трубопроводный транспорт) и социальной инфраструктуре (здравоохранение, образование, развлечение, туризм), ЖКХ (водоснабжение, электроснабжение, очистка воды, газоснабжение и др.), в других сферах (тюрьмы, оборона, объекты военной сферы).

Применение государственно-частного партнерства в целях устойчивого развития туристской сферы возможно в следующих направлениях: очистка сточных вод; переработка, утилизация, захоронение бытовых отходов; эффективное использование природных ресурсов; создание экологически дружелюбной туристской инфраструктуры; развитие лесной, деревообрабатывающей, добывающей, перерабатывающей и иных отраслей промышленности, позволяющее оптимальным образом использовать природные ресурсы субъекта федерации; строительство/реконструкция объектов гостиничной индустрии; повышение уровня обслуживания на всех предприятиях туристской инфраструктуры; оборудование и развитие пляжей и других зон отдыха.

Перспективными направлениями ГЧП, на наш взгляд, могут стать сертификация территорий, объектов туристской индустрии, в том числе природных ресурсов, а также проведение экологического аудита как уже действующих туристских предприятий и проектов, так и проектов на стадии подготовки. Экологическая сертификация и экологический аудит являются эффективными инструментами, стимулирующими разработку новых турпродуктов и услуг, наиболее экологически дружелюбных окружающей среде. С помощью этих инструментов можно достичь сокращения энерго- и водопотребления, сокращения количества отходов, улучшения качества производимых турпродуктов и услуг, повышения ответственности производителей.

Таким образом, устойчивое развитие туризма является ключевой и общественно значимой задачей в деле развития туризма, решение которой на сегодняшний день видится на основе государственно-частного партнерства. Используя механизм ГЧП необходимо заинтересовать, дать возможность частным инвесторам и муниципальным образованиям развивать деятельность, направленную на оказание услуг по сохранению и восстановлению туристских ресурсов. Управление развитием туризма на основе государственно-частного партнерства все больше признается наиболее эффективным вариантом развития туризма.

О НЕКОТОРЫХ ПРОБЛЕМАХ И ФАКТОРАХ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

Туризм должен стать одним из ключевых приоритетов экономического развития регионов России. Несмотря на огромный потенциал России, туристский рынок переживает серьезный спад. Иностранцев отпугивают растущие цены, плохая инфраструктура, небольшой выбор развлечений, сложный механизм выдачи виз. В период финансово-экономического кризиса перед государством и региональными властями встают задачи эффективного антикризисного регулирования туристской отрасли. В регионах можно развивать различные виды туризма, максимально задействуя природные и культурные ресурсы территорий. В настоящее время все более актуальной становится разработка и решение проблемы формирования имиджа регионов.

Kleiman A.A., Babahchikova O.A. About Certain Problems and Factors of Development of the Regional Tourism in Russia in the Financial-Economical Crisis

A tourist must become one of the key priorities in the economic development of the Russian regions. Despite a huge potential of Russia, the tourism market has been in a serious recession. Growing prices, the poor infrastructure, the poor assortment of relaxations, the complicated mechanism of a visa's giving out are factors having a negative sense for foreign tourists. In the financial-economic crisis, the State and the regional authorities have to solve problems concerning the effective anti-crisis regulation of the tourists' sphere. It is possible to develop various kinds of the tourism in regions having maximally equipped natural and cultural resources of the territories. At the present time, elaboration and solution of a problem concerning the image of regions has become more urgent.

Туризм оказывает существенное влияние на социально-экономические показатели развития регионов. По экспертным оценкам, косвенно 3-4 иностранных туриста обеспечивают одно рабочее место в национальной экономике, а одно рабочее место, созданное в туристском секторе, ведет к появлению не менее 20 мест в сопутствующих отраслях¹. Это очень важный социальный аспект в условиях экономического и финансового кризиса. Поэтому туризм должен являться одним из ключевых приоритетов экономического развития регионов России, особенно с учетом текущего кризиса. Рассматривая проблему развития регионального туризма, мы исходим из того, что туризм – одна из наиболее перспективных отраслей мировой экономики и национальной экономики, потенциал которой в России сильно недоиспользован.

Несмотря на огромный потенциал России, туристический рынок переживает серьезный спад. В 2009 г., по данным Росстата, турпоток иностранцев в РФ уменьшился на 8,5 % и составил 2,1 млн человек². Дефицит баланса торговли услугами в России составил в 2009 г. 19,8 млрд долл. Отрицательного сальдо по статье «поездки» составило 12,5 млрд долларов³.

Иностранцев отпугивают растущие цены, плохая инфраструктура, небольшой выбор развлечений, сложный механизм выдачи виз. Поездка в Россию для обычного туриста получается довольно затратной. Например, для японцев стоимость недельного тура с осмотром Москвы и Санкт-Петербурга колеблется в районе 2,6-3,2 тыс. долл. Еще пять-шесть лет назад иностранные туристы могли заказывать номера до 150-200 долл. в сутки в центре Москвы, но сейчас плата значительно возросла. Даже с зарплатой в три тысячи долларов в месяц иностранцам трудно посещать Россию. Некоторые пятизвездочные отели в России явно уступают по набору сервиса зарубежным, одноместные номера в которых можно снять за те же 150-200 долл., а в обычных трехзвездочных гостиницах в сутки – за 100 долларов⁴. Москва давно лидирует в списке самых дорогих городов мира.

По мнению экспертов, туристский рынок в России довольно инертен, и не только в плане новых развлечений. Представители старших поколений, составляющие большинство туристов в России, жалуются на плохие условия для отдыха и низкую квалификацию обслуживающего персонала. В России по-настоящему приличный сервис могут получить только очень богатые люди.

Учитывая эти обстоятельства, в период финансово-экономического кризиса перед государством и региональными властями встают задачи эффективного антикризисного регулирования туристской отрасли, основанного на комплексном подходе. Было бы целесообразным принятие ряда дополнительных мер, направленных, в том числе, на формирование и продвижение новых региональных туристских продуктов на базе перспективных туристских регионов России.

Именно региональные туристские ресурсы с наиболее перспективными видами туризма составляют основу эффективной реализации внутреннего туристского потенциала. Только развитие культурно-познавательного туризма дает ежегодный прирост турпотока около 15 %. Из общего числа потребителей внутреннего

¹ Российская газета – Экономика. № 4869. 18 марта 2009.

² Приоткрытая Россия: Почему наша страна по-прежнему малодоступна для иностранцев//Новые известия, 5 апреля 2010 г.

³ Об итогах социально-экономического развития РФ в 2009 году. - Москва, 2010.

⁴ Приоткрытая Россия: Почему наша страна по-прежнему малодоступна для иностранцев//Новые известия, 5 апреля 2010 г.

туристского продукта около 52 % туристов заинтересованы именно в культурно-познавательном и экскурсионном туризме, что особенно показательно для Северо-Западной и Центральной частей России. В Новгородской области, например, около 70 % всех туристов посещают регион именно с указанной целью, в Псковскую область въезжают более 57 % туристов в целях посещения культурных и исторических памятников региона⁵.

В ряде регионов сегодня активно развивается гостиничный бизнес. Не отстает от него и строительство объектов туристской инфраструктуры – аквапарков, ресторанов, улучшается ситуация с транспортом. Эти положительные изменения прослеживаются, например, в Краснодарском крае. Конечно, это связано, прежде всего, с подготовкой к Зимней олимпиаде – 2014. Администрация региона ведет политику, способствующую привлечению туристов: строятся гостиницы, расширяется индустрия отдыха, повышается качество обслуживания в ресторанах, развивается дополнительная инфраструктура. В середине первого десятилетия Краснодарский край принимал в два раза больше туристов, чем выезжало за границу⁶. Но эти показатели существенно меньше, чем 20-30 лет тому назад. В 1980-е годы только г. Сочи принимал на отдых и лечение 250 тыс. иностранных туристов, и каждый третий из них был восточным или западным немцем. Теперь они едут, в основном, в Турцию и Египет. Также на сочинских курортах любили проводить досуг финны и поляки. Тогда иностранцев в основном привлекали относительно низкие цены, высокий уровень безопасности, а также красоты Черноморского побережья. После развала СССР произошел резкий обвал иностранного турпотока в Краснодарский край, и по сей день количество приезжающих сюда из-за границы остается неизменным и не превышает 2 % от общего числа туристов. И в 2009 г., и в 2008 г. на курортах Краснодарского края отдохнули не более 25 тыс. иностранцев, включая граждан ближнего зарубежья⁷.

По данным статистики, за 2008 г. Калининградскую область посетили 115 тыс. иностранных туристов, а за 2009-й – всего 80400. Это падение связывают с мировым экономическим кризисом и, главное, со снижением транспортной доступности: именно в 2009-м прекратила своё существование авиакомпания «КД-Авиа», бывшая главным связующим мостом самого западного региона России с заграницей. Иностранцы же в числе главного сдерживающего фактора называют визовые барьеры. Кроме того, вдоль всего периметра границ области существует пограничная зона шириной 7-9 км, и для ее посещения необходимо обращаться за разрешением в соответствующие службы за два месяца⁸.

Сегодня в развитии туризма в регионах проявляются типичные недостатки: происходит стихийное освоение территорий, предназначенных для развития туристической деятельности; отсутствует информация о потенциале туристских прибытий, стратегия развития туризма, технико-экономическое обоснование, целостный и профессионально разработанный план, позволяющий инвесторам оценить привлекательность и риски инвестиций в территорию. Низкой остаётся эффективность систем продвижения туристического продукта на рынок.

В России достаточно регионов, которые обладают высоким потенциалом для развития туризма, но реализация туристского потенциала сдерживается рядом проблем, характерных почти для каждого российского региона: туристская и базовая инфраструктура, кадры, маркетинг, предпринимательская среда, отсутствие должной законодательной базы. Для реализации туристского потенциала необходимо изменить сложившийся неверный подход к развитию отрасли на территории регионов.

Одна из главных проблем – острый недостаток качественной гостиничной и развлекательной инфраструктуры. Результаты опроса 115 компаний из 24 регионов РФ (журнал ОТЕЛЬ, 2006) свидетельствуют о том, что дефицит современных гостиниц в регионах РФ составляет 47 %; дефицит необходимой для зарубежных туристов информации на иностранных языках в России – 42,6 %; неразвитость индустрии развлечений – 32,2 %; низкое качество обслуживания иностранных туристов в российских гостиницах 18,3 %⁹.

Вторая серьёзная проблема – транспортная доступность туристских центров. Это, прежде всего, проблемы, связанные с авиасообщением, с недостаточной пропускной способностью аэропортов и аэровокзалов. Большинство аэровокзалов по площади, уровню комфорта, сервиса и обслуживанию сильно отстают от зарубежных аэропортов, что является негативным фактором для туристов с высоким уровнем доходов. Стоимость авиабилета (ограниченное предложение дешевых авиаперевозчиков, центрально-лучевая система авиаперевозок приводит к удорожанию стоимости турпутевок для жителей регионов России).

Не меньше проблем связано с автодорожной инфраструктурой. Так загруженность основных трасс превышает норму (например, загруженность дороги Адлер – Сочи составляет 233 % при норме 70 %). Во многих городах отсутствуют объездные пути для транзитного транспорта, следующего к всероссийским курортам Черного и Азовского морей. Некоторые крупные перспективные территории для развития туризма не имеют дорог с твердым покрытием. Ограничивает продвижение туристических возможностей России в целом и ее регионов на мировом рынке низкий уровень бюджетных расходов на отрасль. Не создано эффективное законодательство для привлечения частных инвестиций в отрасль.

⁵ Российская газета – Экономика. № 4869. 18 марта 2009.

⁶ Стржалковский В.И. Специальные преференции для развития туризма должно создавать государство//Босс. 2006. № 3.

⁷ Приоткрытая Россия: Почему наша страна по-прежнему малодоступна для иностранцев//Новые известия, 5 апреля 2010 г.

⁸ Там же.

⁹ Идрисов А. Стимулирование развития туризма в российских регионах: новые возможности и лучшая практика//Материалы конференции «Регионы России: развитие туризма в условиях кризиса». – Москва, 2009. – <http://www.mitt.ru/downloads/pdf/conference/2009>

Несмотря на большое количество вузов туристского профиля в России (более 400), в регионах существует высокий дефицит квалифицированного персонала, способного предложить качественное обслуживание туриста. Обслуживающий персонал туристической инфраструктуры, как правило, не владеет иностранными языками, а гостиницы, которых в последнее время стало достаточно, за редкими исключениями не оборудованы лифтами и пандусами.

Сегодня в туристической отрасли существует потребность «омоложения» кадров. К примеру, структура занятых в гостиничном секторе Москвы по возрасту сегодня следующая: сотрудники старше 39 лет составляют 59 %; 29-39 лет – 22 %; до 29 лет – 19 %. Во многих регионах не создана предпринимательская среда, которая необходима для развития туристской отрасли (в Европе более 70 % занятых в туризме работают в малом бизнесе)¹⁰.

По нашему мнению, кризис не только не является препятствием, но и создает благоприятные возможности для подъема туристской отрасли российских регионов и вывода ее на качественно новый уровень. У регионов существуют реальные возможности по привлечению дополнительного туристского потока за счет активного маркетинга региона, прочих мер поддержки отрасли (льготные условия для предпринимательства, информационная поддержка игроков и т.п.). Необходимо воспользоваться повышением внимания россиян к отдыху внутри страны в период кризиса (при условии приемлемых цен на туристские услуги). По итогам 2009 г. объем внутреннего туристского потока составил свыше 32 млн чел., что на 1,6 % больше к уровню 2008 г. (за границей отдохнули 20 %, в том числе в странах дальнего зарубежья менее 10 %)¹¹.

В регионах можно развивать круизный и спортивный туризм, а также сельский, экологический, паломнический и прочие виды туризма, максимально задействуя природные ресурсы территорий. Развитие этих видов туризма в регионах приведет к созданию новых рабочих мест, развитию смежных отраслей экономики (сельского хозяйства, транспорта, связи, торговли, народных промыслов, сферы услуг и др.), обеспечит рост поступлений в региональные бюджеты.

Актуальной для регионов является разработка программ и развитие существующих и новых курортных центров, вывод их на уровень, сопоставимый с мировыми аналогами. Конечно, осуществление таких программ невозможно без привлечения государственных и частных инвестиций на условиях государственно-частного партнерства. Но для этого для частных инвесторов должны быть созданы льготные условия на ведение бизнеса.

Необходимо активизировать маркетинговую деятельность, как это делают, несмотря на кризис, страны-лидеры в туризме. На эти цели из бюджета в 2009 г. были выделены дополнительные средства. К примеру, страны Карибского моря выделили 82 млн долл. дополнительных средств. Ассоциация по туризму на Аляске разработала маркетинговую программу «Ценность Аляски», направленную на привлечение туристов. Маркетинговый бюджет увеличен с 10 до 20 млн долл. Великобритания выделила 2,2 млн фунтов; Швейцария – 12 млн франков дополнительных средств (Источник: журнал «The Courier», журнал «Kenai Peninsula Community Pages», Ассоциация по туризму в Швейцарии, сайт Правительства Уэльса)¹². Рекламный бюджет на продвижение туристских возможностей России в 2010 г. был уменьшен на 45 % и составляет менее трех млн евро¹³.

Для использования потенциала туристской отрасли в регионе необходимо реализовать целый комплекс мероприятий. Во-первых, обеспечить разработку конкурентоспособной концепции развития туризма в регионе. Представляется, что стратегическая концепция развития туризма должна включать следующие действия: определить потенциальный объем туристского потока и его структуры, выделить целевые клиентские группы; определить структуру и содержание предложения туристского продукта с учетом потребностей целевой группы потребителей и возможностей региона; сформировать туристский продукт для целевых клиентских групп с учетом планируемого объема и структуры туристского потока, определить потребность в создании различных типов туристской и базовой инфраструктуры, сферы услуг.

Во-вторых, необходимо выявить прочие проблемы, не связанные с инфраструктурой, которые сдерживают развитие туризма в регионе (нехватка кадров, барьеры для развития малого предпринимательства, прочее). В-третьих, разработать план маркетинга и комплекс мероприятий по привлечению частных и государственных инвестиций, обеспечить управление реализации выбранной стратегии и развитием туризма в регионе. В-четвертых, обеспечить продвижение региона на рынке¹⁴.

В настоящее время все более актуальной становится разработка и решение проблем формирования имиджа регионов. Имидж региона – это сложное многоуровневое образование, которое основано на эмоциональном восприятии целого комплекса образов территории, как отдельными людьми, так и социальными категориями¹⁵.

¹⁰ Идрисов А. Стимулирование развития туризма в российских регионах: новые возможности и лучшая практика//Материалы конференции «Регионы России: развитие туризма в условиях кризиса».- Москва, 2009. - <http://www.mitt.ru/downloads/pdf/conference/2009>.

¹¹ Рабочая встреча Виталия Мутко с представителями туристского бизнес. 20 Января 2010. - <http://www.russiatourism.ru/news/-33555404/>.

¹² Идрисов А. Стимулирование развития туризма в российских регионах: новые возможности и лучшая практика//Материалы конференции «Регионы России: развитие туризма в условиях кризиса».- Москва, 2009. - <http://www.mitt.ru/downloads/pdf/conference/2009>.

¹³ Приоткрытая Россия: Почему наша страна по-прежнему малодоступна для иностранцев//Новые известия, 5 апреля 2010 г.

¹⁴ Идрисов А. Стимулирование развития туризма в российских регионах: новые возможности и лучшая практика//Материалы конференции «Регионы России: развитие туризма в условиях кризиса».- Москва, 2009. - <http://www.mitt.ru/downloads/pdf/conference/2009>

¹⁵ Джанджугазова Е.А. Маркетинг туртерриторий. – М.: Академия, 2006.

По мнению экспертов, многие европейцы имеют стереотипное восприятие России. Данное восприятие может быть положено в основу формирования бренда России. Задача специалистов по брендингу состоит в том, чтобы подчеркнуть позитивные стереотипы и нейтрализовать негативные, используя для их ослабления культурный обмен и въездной туризм. Россия заняла 59-е место в рейтинге конкурентоспособности сектора туризма и путешествий (ТТСИ). Рейтинг туристской привлекательности различных стран проводится совместно несколькими международными организациями, в том числе Всемирной туристической организацией (UNWTO) и Всемирным советом по туризму (WTTC). Согласно этому рейтингу, наиболее благоприятную среду для развития туризма имеют Швейцария, Австрия, Германия, Франция, Канада, Испания, Швеция, США, Австралия и Сингапур¹⁶.

Система оценки учитывает всю совокупность индексов по таким показателям, как уровень развития транспортной, гостиничной инфраструктуры, безопасности, правового обеспечения, политической стабильности, комфортности ведения бизнеса, участия государства в развитии отрасли, туристической привлекательности, безопасности в стране в целом и, наконец, природного и человеческого потенциала страны. Особенно важным является то, что имиджевая привлекательность региона зависит не только от его потенциала, но и от того, как потенциал используется.

Проблемы формирования позитивного имиджа характерны сегодня для многих российских регионов. Опыт показывает, что регионы, в которых руководство понимает важность имиджа и принципы его построения, получают большую заинтересованность со стороны партнеров, инвесторов при условии, что имидж несет объективную, положительную окраску. Имидж может быть как положительным, так и отрицательным, негативным. Конечно, руководство любого региона стремится создать если не уникальный, то, по крайней мере, благоприятный имидж. Стоит также отметить, что имидж – понятие многогранное. Слияние различных аспектов, таких как культура, уровень жизни, образования, развитость инфраструктуры, туризма в целом экономическое развитие формируют имидж региона¹⁷.

Сделать свой регион более привлекательным, и есть главная задача имиджа. Туристский имидж должен учитывать все нюансы, связанные с определением «туристический регион», так как этот регион представляется для него соответствующей конкурентной единицей. Стратегическая цель всего региона как конкурентной единицы – обеспечение конкурентоспособности на длительный период.

Немало ошибок допускается на этапе разработки решений: происходит замена грамотной разработки решений организационной «суеютой». Отсутствует сегментирование инвесторов и туристов, стремление привлечь внимание всех и вся без учета стереотипов целевых групп. Нет четких критериев оценки эффективности предлагаемых решений. Слишком большая вера в рекламный бюджет: главное – больше рекламы, тогда о нас все будут знать. Не учитывается тот факт, что в 80 % случаев реклама в выбранных СМИ не дает желаемых результатов¹⁸.

Как известно, никакие проекты по развитию туризма невозможно реализовать без инвестиций. Анализ многих региональных программ и бюджетов свидетельствует о том, что на развитие туризма деньги выделяются по остаточному принципу. Как представляется, у региональных структур немало возможностей по привлечению инвестиций в туристскую отрасль региона. Это, прежде всего, разработка технологии работы с потенциальными инвесторами. Необходимо активное использование возможности Интернет для проведения опросов, сбора стереотипов, PR-активности.

Главная особенность регионального туристского продукта состоит в том, что значительное место в нём занимают рекреационные услуги, компоненты природно-биологической подсистемы - ландшафт, флора, фауна, климат. Средством формирования имиджа региона и следует считать территориальный маркетинг, маркетинг в интересах территории, ее внутренних и внешних субъектов. Методов формирования имиджа региона много. Важным в формировании методов имиджа для данного туристского региона является: организация ярмарок, праздников, различных фестивалей, театральных представлений. Наиболее важным методом формирования имиджа региона – это создание и реализация программы развития туризма данной территории¹⁹.

Новые идеи по продвижению туристического имиджа региона ищут, например, в Алтайском крае, где был проведён конкурс творческих работ «Образы Алтая», чтобы найти новые идеи и профессиональные решения по развитию и продвижению имиджа региона²⁰. Положительный имидж Костромской области оказывает влияние на развитие въездного туризма, которую в 2009 г. посетило более 1 млн туристов, что на 57 % больше показателя 2008 г. (около 640 тыс. чел.). Рост популярности региона на фоне кризиса и мирового сокращения туристических потоков был обусловлен проведением комплекса мероприятий и программ туристической направленности. В настоящее время в партнерстве с частным бизнесом реализуется 9 проектов с об-

¹⁶ Туристическая привлекательность региона. – <http://www.tourism.ru>

¹⁷ Шапиро Н.А. и др. Формирование имиджа региона и его продвижение. – <http://www.ibl.ru/konf/140509/24.html>

¹⁸ Макастрова Н. Имидж региона: как привлечь инвесторов (по материалам исследования, проведенного в Московской области в 2008 году) – Москва, 2009. – <http://www.mitt.ru/downloads/pdf/conference/2009>

¹⁹ Туристический имидж региона. - <http://www.gtdd.ru/image-theory/>

²⁰ Новые идеи по продвижению туристического имиджа региона ищут в Алтайском крае. – <http://www.regnum.ru/news/tourism/1062868.html>

щим бюджетом более 1,5 млрд руб. В Костроме реализуются проекты по строительству 4 гостиниц различных категорий, баз отдыха с развитой инфраструктурой, проект туристско-этнографического комплекса в Красносельском районе. В Костроме будет расположен основной центр мероприятий, посвященных празднованию 400-летия дома Романовых²¹.

Санкт-Петербург в 2009 г. по количеству иностранных туристов догнал признанных европейских лидеров - Вену, Прагу и Амстердам, обогнав по количеству иностранных туристов, например, Венецию. Петербург сохранил репутацию самого привлекательного для иностранцев российского города. В 2009 г. город посетили 4,8 млн туристов, из них 2,3 млн – иностранцы. Аналогичные показатели были в 2008 году²².

С полным запуском пассажирского порта «Морской фасад» Санкт-Петербург может стать одной из круизных столиц мира. Поток иностранных туристов, прибывших в Петербург на круизных лайнерах за 9 месяцев 2009 г., возрос на 30 % по сравнению с тем же периодом 2008 г. и составил 428 тыс. человек. Но для увеличения числа иностранных круизных туристов в РФ необходимо убрать немало препон. В частности, ускорить процедуру заполнения миграционных карточек. Если удастся осуществить все намеченные программы по заходу в город иностранных круизных судов, то в 2012 г. это могло бы принести Петербургу 150 млн евро, или более 2 % от доходной части бюджета города, принятого на 2010 год²³.

Около 70 % путешественников, пересекающих границу Северо-Западного федерального округа, заявляют в качестве цели своей поездки «осмотр достопримечательностей Санкт-Петербурга». Санкт-Петербург ежегодно принимает участников более чем 350 международных выставок и конгрессов. Это дополнительно позиционирует город как влиятельный центр делового сотрудничества²⁴.

В конце октября 2005 г. Правительство города утвердило «Программу развития Санкт-Петербурга как туристского центра на 2005-2010 годы». Основной целью Программы является реализация практических мер по развитию рынка въездного туризма. Для этого были определены 17 ключевых направлений работы в трех «плоскостях» – маркетинг, инфраструктура и качество поездки²⁵. Программа развития туризма в Санкт-Петербурге готовилась в сотрудничестве с крупной международной консалтинговой компанией «Бостон Консалтинг Групп», которая провела маркетинговые исследования на туристском рынке, предложила варианты будущего позиционирования Санкт-Петербурга и его пригородов как мирового туристского центра, а также просчитала экономический эффект от реализации данных вариантов в масштабе региона. Один из основных выводов исследования «Бостон Консалтинг Групп» – туризм в Санкт-Петербурге имеет отличные перспективы и должен являться одним из стратегических секторов развития города²⁶.

Среди регионов-лидеров по конкурентоспособности для развития туризма в РФ Ленинградская область занимает 7 место в секторе развлекательного туризма (из 27 регионов). Ежегодно область с населением чуть менее 1,7 млн чел. посещает почти такое же количество туристов. Этот показатель свидетельствует о значимости сферы туризма в создании положительной динамики социально-экономического развития территории²⁷.

Число туристов, посетивших Ленобласть в 2008 г. по отношению к 2007 г., возросло на 5 % и достигло 1 млн 785 тыс. чел., из которых порядка 20 % – иностранцы (около 350 тыс. человек). В 2008 г. количество прибывших туристов впервые превысило число жителей Ленобласти. По оценкам экспертов, емкость спроса на загородный отдых в коттеджах в 2008 г. оценивался в 500 млн руб., из которых не более 40 % достается Ленинградской области (по причине конкуренции близлежащих туристских дестинаций – Карелии, Финляндии). Общий объем рынка загородных коллективных средств размещения Ленинградской области оценивается в 3 млрд руб. в ценах 2008 г.

В конце 2009 г. принята долгосрочная целевая программа «Развитие сферы туризма и рекреации Ленинградской области на 2010-2015 годы». Финансовое обеспечение, необходимое для реализации мероприятий Программы, в 2010-2015 гг. составит 1460334 тыс. руб. Предполагается, что оно будет осуществляться за счет средств областного бюджета с привлечением средств местных бюджетов и внебюджетных источников. Реализация Программы позволит довести количество туристов и экскурсантов, посещающих Ленинградскую область в расчёте на одного жителя области до 1,15²⁸.

Решение задач эффективного развития туризма и поддержка положительного имиджа региона позволит значительно укрепить инфраструктуру въездного и внутреннего туризма, а также обеспечить рост налоговых поступлений в бюджеты различных уровней, стимулировать развитие смежных отраслей экономики, повысить занятость населения.

²¹ Костромская область зафиксировала рекорд посещаемости туристами. 8.02.2010. – <http://www.prohotel.ru/news-112673/0/>

²² Эрмитаж сравнивает цены на билеты для россиян и иностранцев. 24.12.2009 г. – <http://www.vesti.ru/doc.html?id=332929>

²³ Петербург может стать одной из круизных столиц мира. 18.11.2009 г. – <http://www.interfax.ru/tourism/tourisminf.asp?sec=1466&id=110689>

²⁴ Орджоникидзе М.М. Туристский Петербург сегодня и завтра//Журнал «Petersburg im Spiegel», №4, 2005 г. – <http://www.kvs.spb.ru/>

²⁵ Там же.

²⁶ Там же.

²⁷ Паспорт долгосрочной целевой программы «Развитие сферы туризма и рекреации Ленинградской области на 2010-2015 годы». – <http://www.lentravel.ru>.

²⁸ Долгосрочная целевая программа «Развитие сферы туризма и рекреации Ленинградской области на 2010-2015 годы»/ <http://www.lentravel.ru>.

Проведённое исследование позволяет с уверенностью утверждать, что у регионов есть все возможности для более эффективного использования имеющихся ресурсов для развития туризма. Финансово-экономический кризис предоставляет шанс для переориентации туристских потоков на внутренний туризм и привлечения в нашу страну иностранных туристов.

УДК 338.48(470.21)

Ларичкин Ф.Д.
Харитонов Г.Н.
Алиева Т.Е.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В МУРМАНСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье анализируется современный уровень развития туризма как сектора экономики Мурманской области и факторы, способствующие и сдерживающие его развитие; выявлены основные проблемы развития туризма в регионе. Особый акцент сделан на перспективных задачах государственной поддержки туризма и отраслей туристской индустрии на федеральном и региональном уровнях управления.

Larichkin F.D., Haritonova G.N., Alieva T.E. The Problems and Perspectives in Development of Tourism in the Murmansk Oblast

The modern level of development of tourism as a sector of the economy in the Murmansk Oblast and factors contributing and restraining its development are analyzed in the article. The main problems in development of tourism in the region are revealed. The especial importance has the perspective tasks on the public support of tourism and enterprises of the tourist industry at the federal and regional levels of government.

Туризм сегодня признан приоритетным направлением социально-экономического развития Мурманской области, народнохозяйственной специализацией экономики которой была и остается добыча и первичная обработка природных ресурсов. Цели и приоритетные направления региональной политики в области туризма закреплены в законе Мурманской области «О государственной поддержке развития туризма в Мурманской области»¹. Основными целями государственной поддержки развития туризма являются создание высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса, соответствующего международным стандартам, обеспечивающего потребности граждан при совершении путешествий; создание новых рабочих мест; увеличение доходов, поступающих в бюджеты всех уровней, и доходов граждан, проживающих на территории Мурманской области; развитие межрегиональных и международных контактов; сохранение и рациональное использование туристских ресурсов, объектов туристского показа, а также природного и культурного наследия Мурманской области, в том числе коренного малочисленного народа Мурманской области – саами.

К приоритетным направлениям государственной поддержки развития туризма в регионе относятся развитие внутреннего, въездного, социального, экологического, этнического, различных видов природного и активного туризма; содействие деятельности предприятий, осуществляющих прием туристов на территории Мурманской области; деятельность по инвестированию средств в инфраструктуру и материально-техническую базу туризма на территории Мурманской области.

Объективной основой для развития туризма в регионе является его географическое положение, наличие природных рекреационных ресурсов, условий и объектов культурно-исторического наследия.

Несмотря на то, что Мурманская область не входит в число рекреационно-туристических экономических зон Российской Федерации, так как ее туристско-рекреационный потенциал несравнимо менее значителен, чем в каждой из этих зон (Москва и Московская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область, район Кавказских Минеральных вод, Краснодарский край, Калининградская область, регионы Золотого Кольца), она обладает несколькими уникальными рекреационными ресурсами и объектами туристского показа.

Наибольшую ценность в туристско-рекреационном потенциале Мурманской области имеют уникальные природные и культурно-исторические объекты, т.е. такие, каких больше нет нигде на планете, или на континенте, или в Российской Федерации и, которые могут быть использованы для создания регионального туристского бренда. К ним, в частности, относятся полуостров Рыбачий – самая северная точка суши Российской Федерации, аналог норвежского Норкапа, Кольская сверхглубокая скважина, атомный ледокол «Ленин», рудник «Центральный» на плато Расвумчорр, озеро Могильное с двумя экосистемами (пресной и морской), Ботанический сад-институт – самый большой в мире за Полярный кругом, техногенные пустыни вокруг гигантов цветной металлургии – комбинатов «Печенганикель» и «Североникель» и ряд других.

Конкурентным преимуществом туристско-рекреационного потенциала Мурманской области является наличие таких природных явлений как «полярная ночь» и «полярный день», незамерзающее Баренцево море,

¹ Закон Мурманской области от 09.04.2008 № 949-01-ЗМО «О государственной поддержке развития туризма в Мурманской области» // Мурманский Вестник. – 15.04.2008. – № 66. – С. 6.

три наземные экосистемы (тундра, лесотундра и тайга), которые можно посетить за один день пребывания на территории области, снежный покров, сохраняющийся на горнолыжных трассах до мая, и ряд других.

В качестве фактора, способствующего развитию туризма в области, следует отметить общую границу с Финляндией и Норвегией, а также с Республикой Карелия, которая принимает в год до 2 млн туристов, часть из них являются потенциальными путешественниками по Мурманской области.

В Мурманской области за годы реформирования экономики на рыночную систему хозяйства туризм превратился в полноценную отрасль рыночной экономики региона, для его функционирования создана вся необходимая институциональная инфраструктура.

Важнейшим субъективным фактором формирования туризма, как новой отрасли рыночной экономики, являлась и остается государственная поддержка. Она осуществляется по двум направлениям: поддержка малого бизнеса и индивидуального предпринимательства, к которым относится большинство фирм туристской индустрии, и поддержка и создание условий для бизнеса непосредственно туристским фирмам.

Функцию разработки нормативно-правовых и стратегических документов в сфере туризма выполняет сектор по развитию туризма, созданный в 2006 г. при Министерстве экономического развития Мурманской области. Силами сектора туризма в области ведутся реестр субъектов туристской индустрии (на основании данных Единого федерального реестра туроператоров) и реестр туристских ресурсов; ежегодно проводятся научно-практические семинары для представителей туристской индустрии и других заинтересованных лиц, региональный конкурс «Лучшие в туристской индустрии».

Закон Мурманской области «О туристской деятельности на территории Мурманской области» был принят в 2000 г. В 2004 г. региональным правительством была разработана и утверждена «Стратегия развития туризма в Мурманской области на период до 2015 года», генеральная цель которой была определена как создание и развитие регионального туристского бренда Мурманской области – «ворота в Арктику».

Начиная с 2005 г., в области разрабатывается региональная целевая программа (РЦП) «Развитие туризма в Мурманской области», на средства которой с 2007 г. выпускаются статистические сборники «Туризм и рекреация в Мурманской области». В качестве основной цели программы, реализованной в 2005-2008 гг., было принято развитие на территории Мурманской области конкурентоспособной туристско-рекреационной деятельности, направленной на удовлетворение растущего спроса российских и зарубежных потребителей в туристско-рекреационных услугах. Новая целевая программа «Развитие туризма в Мурманской области» на 2009-2011 гг. предусматривает систему мер поддержки и стимулирования развития как отрасли в целом, так и отдельных видов туризма, создания туристско-рекреационных территорий регионального значения: «Терская», «Печенгская», «Ловозерская» и «Хибины»².

Для сбора, обработки и распространения информации о туристических возможностях региона созданы областной туристический портал и 8 туристско-информационных центров в населенных пунктах области. Туристско-информационные центры также активно занимаются разработкой и изданием рекламных материалов (карт, буклетов, путеводителей и т.д.), спонсорами в их издании являются крупнейшие предприятия и организации области (ОАО «Кольская горно-металлургическая компания», ОАО «Апатит» и др.). Для формирования имиджа области как привлекательного и перспективного туристического направления и продвижения регионального туристского продукта Министерством экономического развития туризма организовано представление области на крупнейших международных туристских выставках в Москве, Мадриде, Лондоне, Берлине. В рамках выставок проводились презентации и пресс-конференции для российских и иностранных СМИ и крупных туроператоров. В целях популяризации внутреннего туризма совместно с региональным телеканалом, Комитетом природопользования и экологии, Мурманским отделением Фонда дикой природы реализован телевизионный проект «7 чудес на краю света».

В предкризисные годы заметно оживилось управление туризмом на уровне местного самоуправления, что выражается, прежде всего, в разработке муниципальных целевых программ по развитию туризма и в создании общественных советов при местных администрациях для взаимодействия по вопросам развития туризма.

Основное достижение туризма как сектора рыночной экономики заключается в том, что сегодня каждый житель получил возможность удовлетворить свою потребность в путешествиях и отдыхе на более высоком качественном уровне.

Во многом это обусловлено присутствием крупнейших российских туристских сетей на территории области, турагентами которых является большинство туристских фирм региона. Поступательное развитие туризма в Мурманской области происходит в основном за счет выездного туризма. Объемы обслуживания туристов фирмами Мурманской области ежегодно увеличиваются быстрыми темпами, начиная с 2005 г., т.е. в период стабилизации экономики страны, в основном за счет жителей области, денежные доходы которых позволяют посещать экзотические зарубежные курорты и различные достопримечательности мира.

² Постановление Правительства Мурманской области от 22.08.2008 № 400-ПП/14 «О долгосрочной целевой программе «Развитие туризма в Мурманской области» на 2009-2011 годы» (ред. от 10.07.2009) // Мурманский Вестник. – 09.09.2008. - № 170. - С. 3-5; Мурманский Вестник. – 23.09.2008. - № 180. – С. 4 (поправка).

Экспорт турпродукта (въездной зарубежный и российский туризм) развивается недостаточно высокими темпами. Общий туристский поток в 2008 г. составил всего 43 тыс. чел., что примерно в десять раз меньше, чем во время плановой экономики, когда был развит так называемый социальный туризм, т.е. туристические путевки частично или полностью оплачивались профсоюзами. Сегодня социальный туризм опять стал понемногу возрождаться и становится все более заметным явлением на крупных предприятиях области, которые позиционируют себя как социально ответственные.

Въездной зарубежный туризм базируется на эксплуатации уникальных арктических морских ресурсов (туры на атомных ледоколах на Северный полюс, архипелаг Шпицберген, по Северному морскому пути, к Земле Франца Иосифа) и уникальных по экологической чистоте и первозданности ландшафтов районов рекреационной рыбалки на ценные породы рыб и рекреационной охоты, которые очень ограничены в мире. В годы стабилизации экономики быстро развивался зарубежный деловой и научный туризм внутри Евро-Арктического Баренцева региона. Туристские лагеря и базы на семужьих реках области, которые пользуются популярностью у зарубежных и российских любителей нахлыстовой рыбалки, являются наиболее доходными. Однако рекреационная емкость территории этих лагерей уже находится на пределе или превышена. Поэтому дальнейший рост туристов будет приводить к выбытию этих территорий из состава рекреационных земель по причине потери ими рекреационных свойств. Также чрезмерной рекреационной нагрузке для экосистем Крайнего Севера подвергаются Хибинский и Ловозерский горные массивы (пеший и горнолыжный туризм); вся территория Терского берега Белого моря – локальный район проживания русских поморов; ряд рек и озер, которые используются для водного спортивного туризма. В настоящее время развитие туризма на природных рекреационных территориях области осуществляется фактически без учета рекреационной нагрузки, что в перспективе может негативно отразиться на туристской привлекательности региона и возможностях развития экспортного туризма.

В 2009 г. населению было оказано туристских услуг почти на 256 млн руб., услуг гостиниц и других мест размещения туристов – на 488 млн руб. Доля туристских услуг в общем объеме платных услуг населению области выросла с 0,3 % в 2000 г. до 1,4 % в 2008 г., несмотря на опережающий рост величины коммунальных и транспортных услуг.

В Мурманской области сегодня функционируют 100 организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность (табл. 1). Однако только 25 % фирм пока прошли сертификацию на новых условиях³. Все туристические фирмы относятся к малым и микропредприятиям, в которых занято около 300 чел. Все больше в сфере туризма становится семейных фирм и индивидуальных предпринимателей, что обусловлено специфическими потребностями туристов.

Таблица 1

Динамика основных показателей развития туристской индустрии в Мурманской области

Показатели	2007 г.	2008 г.	2009 г.	прогноз		Темп роста за период, %
				2010 г.	2011г.	
Число туристических фирм, ед. 58		74	79	100	100	1,72
Число коллективных мест размещения, ед. 111		111	113	115	137	1,23
Общее количество мест, мест, ед. 7777		7800	7880	8350	9500	1,22
Число размещенных лиц за год в КСР, тыс. чел. 235,97		240	260,5	270,8	294,8	1,25

Финансовое положение большинства туристских фирм является неустойчивым, они не имеют достаточных финансовых ресурсов для реализации инвестиционных проектов. За период с 2002 по 2007 гг. объем инвестиций, предназначенных для собственного развития, составил всего 325 млн руб. Проблема недостатка средств для развития характерна и для предприятий туристской индустрии и, прежде всего, гостиниц и других коллективных мест размещения туристов. В результате сегодня в Мурманской области даже в областном центре существует дефицит гостиничных номеров «люкс» и повышенной комфортности, в нескольких городах области они полностью отсутствуют. Многие фирмы, предоставляющие транспортные услуги туристским фирмам также не имеют транспортных средств туристского класса, современных и безопасных. В связи с ремонтом федеральной автомобильной дороги Мурманск – Санкт-Петербург получила широкое развитие придорожная инфраструктура, однако, уровень сервиса на некоторых автостоянках и в кемпингах ниже требований к обслуживанию туристов, что затрудняет планирование туристических маршрутов.

В настоящее время в российской туристической индустрии наблюдается устойчивая тенденция к росту цен и тарифов за услуги, особенно это характерно для самых крупных составляющих стоимости туристической поездки: транспорта и размещения в гостиницах. Напротив, у зарубежных конкурентов цены постоянно падают, особенно это заметно в современный кризис, от которого сфера туризма пострадала в первую очередь. Начиная с 2008 г. цены на зарубежные туры несопоставимо ниже, чем стоимость любого тура по Мурманской области. Поэтому в период выхода из кризиса, для которого будет характерно снижение платежеспособности туристов, ожидается снижение цен на туристские услуги.

³ Федеральный закон от 05.02.2007 № 12-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // СЗ РФ. – 12.02.2007. – № 7. – Ст. 833.

собного спроса населения на все виды платных услуг, трудно ожидать роста внешнего и внутреннего туристического потока в регион.

Стоимость туров растет и по причине действий государства как регулятора туризма. Например, Федеральный закон № 12-ФЗ от 05.02.2007 г. «О внесении изменений в федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» в два раза увеличил размер финансового обеспечения для туроператоров, одновременно работающих в сфере внутреннего и международного туризма (5 млн руб.), выросли транзакционные издержки и за счет обязательного теперь заключения фирмой «Договора о реализации туристского продукта с туристом». Величина арендной платы за пользование лесными землями туристическими фирмами также резко снижает показатели эффективности их деятельности.

Таким образом, основными факторами, сдерживающими развитие въездного туризма в Мурманской области, являются:

- незначительный объем инвестиций, направленных на поддержание и развитие туризма и его инфраструктуры;
- недостаток некоммерческой информации о региональных туристских ресурсах и турпродуктах у российских и зарубежных туроператоров, потенциальных инвесторов, потенциальных посетителей;
- слабая маркетинговая инфраструктура продажи турпродуктов на внутреннем, международном и российском рынках;
- низкое качество и малая оригинальность турпродуктов, предлагаемых турфирмами;
- большие потоки самодельного туризма, увеличивающие антропогенную нагрузку и пожароопасную угрозу для природных ресурсов Кольского полуострова, значительные объемы «нелегального» туризма в наиболее рекреационно-привлекательных районах области.

В настоящее время отрасли туризма нужна государственная поддержка: для его динамичного развития еще предстоит много сделать государственным регуляторам на федеральном, региональном и местном уровнях управления.

Среди основных проблем развития туризма, для решения которых требуется государственная поддержка, следует выделить следующие:

- отсутствие взаимоувязки документов стратегического и территориального планирования на всех уровнях управления;
- отсутствие государственной поддержки развития инфраструктуры туризма в арктическом макрорегионе РФ (отсутствие мероприятий в федеральных программах);
- неадекватные стратегии развития, финансовые ресурсы, выделяемые для реализации долгосрочных и краткосрочных программ развития туризма из бюджетов всех уровней;
- неадекватные стратегии развития, инвестиционные ресурсы у большинства предприятий туристской индустрии;
- отсутствие государственной информационной базы для количественных и качественных оценок и прогноза уровня развития туристской индустрии и др.

Многие из этих проблем характерны для всех регионов европейского Севера. В качестве специфических для Мурманской области можно назвать отсутствие взаимоувязки документов стратегического и территориального планирования на всех уровнях управления. В отличие, например, от Республики Карелия и Республики Коми, в Мурманской области до сих пор не утверждена Схема территориального планирования Мурманской области до 2038 г., проект которой был передан в правительство еще в мае 2009 г. В соответствии с Федеральным законом «О введении в действие Градостроительного кодекса РФ» при отсутствии документов территориального планирования не допускается принятие органами государственной власти и органами местного самоуправления решений о резервировании земель, об изъятии (в том числе путем выкупа) земельных участков для государственных или муниципальных нужд, и о переводе земель из одной категории в другую, а с 1 января 2010 г. не будет допускаться выдача разрешений на строительство.

В результате, одно из самых важных направлений развития туризма в Мурманской области – формирование туристско-рекреационных зон – находится под угрозой.

В 2009 г. Министерством экономического развития Мурманской области поставлена новая задача – создание единого туристско-рекреационного пространства, структурной основой которого должны стать туристско-рекреационные территории (ТРТ) регионального значения. Туристско-рекреационные территории (ТРТ) как формы пространственной организации туристско-рекреационной деятельности создаются в целях максимального и эффективного использования природно-ресурсного потенциала и особенностей местности. Комплексное планирование ТРТ позволит в дальнейшем сформировать благоприятные условия для привлечения инвестиций в туристско-рекреационную сферу, избежать нерациональных затрат и дублирования в процессе формирования и реализации муниципальных и частных инициатив, связанных с созданием местных туристско-рекреационных продуктов и объектов туристской индустрии.

В качестве приоритетных ТРТ определены территории с наибольшими туристско-рекреационными возможностями, а также с потребностями в формировании нового регионального профиля, способные значительно увеличить потенциал въездного туризма. На территории области планируется создание четырех территорий – «Хибинской», «Терской», «Ловозерской» и «Печенгской». В 2009 г. разработаны концепции создания двух из них – «Терской» и «Ловозерской», ориентированных на развитие экологического, этнографического и сельского туризма. В 2010 г. будет разработана концепция создания одной из самых перспективных территорий – «Хибинской», ориентированной на горнолыжный туризм, ядром которой станет г. Кировск. В дальнейшем на базе данной территории планируется создание особой экономической зоны туристско-рекреационного типа.

В связи с отсутствием утвержденной Схемы территориального планирования Мурманской области отложено создание новых особо охраняемых природных территорий, например, Хибинского регионального природного парка, который должен был стать ядром наиболее перспективной Хибинской туристско-рекреационной зоны.

Данные региональных и муниципальных целевых программ развития туризма свидетельствуют о том, что финансовые ресурсы, которые выделяются из регионального и местного бюджетов, неадекватны стратегии развития туризма. Например, из 12 млн руб. в год, которые выделяются из областного бюджета на реализацию региональной целевой программы, 30 % предназначено для участия в международных и национальных туристских выставках, т.е. для продвижения турпродукта, а на обеспечения условий для создания этого продукта средств явно недостаточно. В результате на туристских выставках на стенде Мурманской области демонстрируются прекрасные ландшафты и пейзажи и фактически отсутствуют основные объекты туристского показа, спортивные сооружения и места размещения туристов, которые требуют ремонта и рекреационного благоустройства.

Мизерность объемов финансирования муниципальных программ объясняется дефицитом местных бюджетов, например, среднегодовой объем в г. Апатиты фактически равняется годовому фонду заработной платы государственного служащего.

Первоочередные и неотложные задачи государственной поддержки по развитию туризма в Мурманской области можно разделить на две группы: федерального регулятора и субъекта Федерации (табл. 2).

Таблица 2

Перспективные задачи государственной поддержки по развитию туризма в Мурманской области

Федеральный уровень	Разработка собирательной группировки «Туризм» с целью внесения изменений в ОКВЭД и ОКПД.
	Повышение безопасности и качества туристских услуг на горнолыжных трассах.
	Совершенствование статистики в сфере туризма.
Уровень субъекта Федерации	Утверждение схемы территориального планирования Мурманской области до 2038 г.
	Совершенствование визовой политики России в отношении стран – членов Баренцева Евро-Арктического региона.
	Сбор и анализ информации об объеме и параметрах потребностей различных секторов туристской индустрии в специалистах.
	Расширение возможностей использования особо охраняемых природных территорий, в том числе национальных и природных парков, для развития въездного и внутреннего туризма.
	Дальнейшее формирование единого туристского пространства Баренцева Евро-Арктического региона.
	Создание условий для развития туристско-рекреационных территорий регионального значения.
	Разработка совместно с Главным управлением МЧС по Мурманской области региональной системы безопасности в туризме.

К нерешенным задачам федерального уровня управления относится, прежде всего, учет экономики туризма как отрасли народного хозяйства. Для повышения эффективности экономики туризма как сложившегося сектора народнохозяйственного комплекса страны следует включить его отдельной строкой в ОКВЭД (общесоюзный классификатор видов экономической деятельности). Для этого давно пора наладить бухгалтерский и статистический учет в туристской индустрии. Это, в частности, позволит повысить налоговые поступления от туризма и предприятий туристской индустрии, то есть его бюджетную эффективность, которую при существующей системе учета невозможно определить. Усилия, принимаемые в этом направлении федеральным регулятором, явно недостаточны⁴.

Также нет достоверных данных и о туристических потоках, особенно на муниципальном уровне. Разработка обеспеченных информацией методик для определения потоков недопустимо длительное время остается актуальной задачей Министерства спорта и туризма Российской Федерации.

Для Мурманской области особую значимость имеет задача по расширению возможностей использования особо охраняемых природных территорий для развития въездного и внутреннего туризма, в том числе

⁴ Приказ Ростуризма от 04.08.2009 № 175 «Об утверждении Порядка представления юридическими лицами, осуществляющими туроператорскую деятельность, бухгалтерской отчетности в Федеральное агентство по туризму и внесении изменений в Приказ Ростуризма от 10 мая 2007 года № 28» // Российская газета. - 23.09.2009. - № 178.

создание национальных и природных парков. В отличие от Республики Карелия на территории области до сих пор нет ни одного национального парка. В трех существующих заповедниках налажено экскурсионное обслуживание туристов, однако этого недостаточно для развития экологического туризма, который является наиболее природоохраняющим видом туристической деятельности и наиболее перспективным в сравнительно экологически чистых северных районах.

Дальнейшее формирование единого туристского пространства Баренцева Евро-Арктического региона является общей задачей властей субъектов Федерации – участников Баренцева Евро-Арктического региона, то есть Мурманской области, Республики Карелия и Архангельской области.

В связи с этим особую важность имеет совершенствование визовой политики России в отношении стран – членов Баренцева Евро-Арктического региона и наоборот. Актуальность задачи возрастает по причине бурного роста автомобилизации населения и улучшения качества дорог. Например, в Мурманской области федеральные трассы, в том числе до пограничных пунктов, отремонтированы и находятся в хорошем состоянии.

Дальнейшее формирование единого туристского пространства Баренцева Евро-Арктического региона будет обеспечено совместным участием наших регионов в программах и проектах, нацеленных на взаимовыгодное развитие туризма «Баренцев путь», «Арктическая Европа», «Развитие устойчивого природного туризма в районе Инари-Пасвик» и ряда других.

УДК 338.48

Левочкина Н.А.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ БРЕНДЫ РОССИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ГЛОКАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

Статья посвящена региональным туристическим брендам и его видам как инструменту глокализации социально-экономических процессов (на примере Омской области).

Levochkina N.A. The Regional Tourist Brand Names of Russia as an Instrument of Glocalization of the Socio-Economic Processes

The article is devoted to the regional tourist brand names and their types as an instrument of glocalization of the socio-economic processes (on the example of the Omsk Oblast).

Существует множество точек зрения на вопрос о понятии, проблемах и последствиях процессов глобализации, которые находятся в диапазоне от самых негативных до утверждения ее как средства дальнейшего прогресса экономики.

Процесс усиления взаимосвязи и взаимозависимости экономик отдельных стран, влияние международных экономических отношений на национальные экономики и их культуры, участие стран в мировом хозяйстве, называемый интернационализацией хозяйственной деятельности, прошел за последние столетия ряд этапов: от международного разделения труда до международного экономического сотрудничества, международной экономической интеграции и высшего из этих этапов – глобализации экономики.

На современном этапе происходят глубокие изменения во всей системе международных отношений. Глобализация стала важнейшей реальной характеристикой современной мировой системы, при этом она затрагивает все сферы жизнедеятельности: экономику, культуру, социальную сферу, образ жизни и многое другое. Упрощенно ее иногда сводят в социально-экономическом смысле до сближения потребительских предпочтений, универсализации ассортимента товаров, продуктов, услуг по всему миру, вытеснения местную продукцию. Конечно, глобализацию мировой экономики невозможно отделить от процессов взаимовлияния и взаимозависимости мировых экономических процессов и превращения мирового хозяйства в единый рынок товаров, услуг, капиталов, информации и знаний. Именно на этом этапе развития мировой экономики формируются сетевые структуры менеджмента, производства, логистические системы.

Глобализация представляет собой многоуровневое явление, затрагивающее на макроуровне – региональную, национальную экономику; на мезоуровне – различные рынки (товарные, финансовые, трудовые, отраслевые, в том числе и туристские и т.д.); на микроуровне – отдельные фирмы и предприятия. При этом глобализация повлечет за собой интенсификацию интеграционных региональных процессов, их унификацию и стандартизацию требований к ним.

Характерной чертой глобализации в экономике является сочетание процессов автономизации и интеграции. Как отмечает Дж. Нейсбитт, с одной стороны, проявляется у территорий и государств стремление к политической независимости и самоуправлению, а, с другой, к формированию экономических и иных альянсов. Безусловно, глобализация мировой экономики создает серьезную основу для решения всеобщих проблем человечества, но и сама порождает угрозу различных конфликтов, безработицы и других серьезных проблем.

Как отмечают некоторые ученые, от глобализации могут выиграть лишь 14 процентов населения. А что делать остальным? Вопрос этот сложный и дискуссионный.

Одной из сторон глобализации является процесс вывода локальных территорий в глобальный мир – ГЛОКАЛИЗАЦИЯ. Она проявляется в установлении связей отдельных территорий с международными объединениями поверх национальных государств, в повышении интереса к особенностям национальной культуры, уникальности ее природы и историко-культурного наследия, востребованности локальной специфики, в том числе и для развития туризма.

На наш взгляд, одним из условий, минимизирующих последствия глобализации для России, является формирование региональных туристских брендов. С одной стороны, региональные бренды создаются на основе региональной идентичности и общности культурных, а иногда и этнических, и иных ценностей, многообразных ресурсов, а с другой стороны, процесс создания регионального бренда (брендинг) основывается на реализации долгосрочной политической и макроэкономической стратегии региона, комплекса информационных поводов и мероприятий, широкого ассортимента товаров и услуг. Процесс создания брендов территорий, в том числе туристских, набирает свою силу как в европейской части РФ, так и в отдаленных ее восточных, северных территориях.

Вопрос о региональном брендинге в России стал обсуждаться специалистами сравнительно недавно, приблизительно несколько лет назад. Дата рождения «моды» на разработку «брендов регионов» была сформулирована в октябре 2008 г. Президентом РФ применительно к тысячелетнему Ярославлю. Интересен пример профессионального подхода к формированию бренда региона Ханты-Мансийского автономного округа (Югры), который создается на основе идентичности нравственно-культурных ценностей жителей. Первые попытки создания бренда Омской области были озвучены на 1 Международной научно-практической конференции «Продвижение территории через культурные бренды: использование новых коммуникационных технологий» (март 2010 г.). Участники конференции сошлись во мнении, что у Омского региона есть и люди-бренды (от Ф.М. Достоевского, А.В. Колчака, М. Врубеля, Л. Мартынова, А. Сорокина, Р. Рождественского, К. Белова, Т. Белозерова до олимпийских чемпионов Е. Канаевой, А. Тищенко и др.), и творческие коллективы (Омский академический театр драмы, Омский русский народный хор и др.), и спортивно-культурные мероприятия (от ХК «Авангард» до Сибирского марафона, Всероссийских фестивалей «Панорама музыкальных театров», «Молодые театры России», Международный конкурс скрипачей имени Юрия Янкелевича, различных этно-культурных областных праздников и фестивалей и др.), Сибирский тракт и бабаджийский Центр Вселенной в Окунево, но пока эти образы, идеи и места не ассоциируются с коммерческим успехом, увеличением прямо пропорционального им притока инвестиций. Культурные бренды существуют сами по себе, а культурные символы воздействуют хаотично на целевые группы, что ведет к неоднозначному восприятию Омского Прииртышья и не способствует развитию внутреннего и въездного туризма на данной территории. Именно все вышесказанное и делает актуальными вопросы разработки региональных брендов, механизмы их продвижения и использования в вопросах преодоления последствий глобализации.

УДК 338.481.32

Мантере Э.В.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИНЦИПОВ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ СФЕРЫ В РЕГИОНЕ

В статье ГЧП рассматриваются как наиболее эффективный механизм взаимодействия государства и бизнеса в аспекте развития туристской индустрии в регионе, изложены подходы к определению сущности ГЧП и варианты применения принципов ГЧП в практике развития туризма.

Mantere E.V. Use of the Principles of the Public-private Partnership for Development of the Tourist Sphere in a Region

In this article, the public-private partnership is considered as the most effective mechanism of interaction between the government and the business in the aspect of development of the tourist industry in a region, the approaches to the definition of the PPP options for the application of the principles of the public-private partnership in the practice of the tourism development are given as well.

Туристская сфера в современных условиях рассматривается как один из наиболее важных факторов социально-экономического развития территорий. Высокие темпы роста данного сегмента экономики в совокупности с присущим ему «мультипликативным эффектом», заключающемся в стимулировании развития смежных отраслей, позволили туризму получить статус приоритетного направления в стратегических и программных документах всех уровней государственного и муниципального управления.

В Республике Карелия доля туризма, несмотря на высокий потенциал для его развития, в настоящее время составляет лишь 4 % в ВРП. Однако по оценкам экспертов при соответствующем уровне развития ту-

ристой инфраструктуры, которая является основным фактором конкурентоспособности региональных турпродуктов, регион способен будет увеличить этот показатель до 15 % и принимать до 3,5 млн туристов в год, по сравнению с текущим показателем в 1,65 млн чел. в год¹. Достижение указанных показателей возможно, в первую очередь, за счет повышения эффективности деятельности всех субъектов регионального туристского рынка. Особое внимание следует уделить вопросу выстраивания архитектуры партнерских взаимоотношений бизнеса и государства посредством оптимизации системы управления туризмом, как на региональном, так и на местном уровне. Основной целью управленческих воздействий данной системы будет улучшение инвестиционного климата, в т.ч. повышение инвестиционной привлекательности туристической индустрии на внутреннем и на внешнем уровнях для привлечения инвестиций в развитие туристской инфраструктуры. Принципом государственного регулирования и привлечения инвестиций в данном аспекте должен стать принцип государственно-частного партнерства как наиболее эффективный на сегодняшний день механизм взаимодействия власти и бизнеса и как одно из важнейших условий формирования эффективной экономической политики.

Сущность понятия ГЧП

Анализ публикаций на тему государственно-частного партнерства показал, что это достаточно широкая концепция, в рамках которой могут рассматриваться различные формы партнерских взаимоотношений государства и частного сектора как в экономике, так и в других сферах (культуре, науке, политике и т.д.).

На наш взгляд, наиболее общее базовое определение дает Экспертный Совет по законодательству о ГЧП Государственной Думы РФ: *государственно-частное партнерство* – это любые официальные отношения или договоренности на фиксированный или неограниченный период времени между государственными и частными участниками, в котором обе стороны взаимодействуют в процессе принятия решения и соинвестируют ограниченные ресурсы (например, деньги, персонал, оборудование, информацию) для достижения конкретных целей в определенной области².

Более широко используемая дефиниция трактует ГЧП как особую экономическую категорию, основными признаками которой являются:

- взаимодействие двух субъектов – государства и бизнеса;
- юридическое закрепление взаимоотношений субъектов;
- предметом договора выступают объекты государственной или муниципальной собственности, или публичные услуги, в отношении которых осуществляется перераспределение полномочий;
- объединение ресурсов партнеров;
- разделение рисков.

Данные признаки положены в основу определения, предложенного В.Г. Варнавским: *государственно-частное партнерство* представляет собой юридически закрепленную форму взаимодействия между государством и частным сектором в отношении объектов государственной или муниципальной собственности, а также услуг, исполняемых и оказываемых государственными и муниципальными органами, учреждениями и предприятиями, в целях реализации общественно значимых проектов в широком спектре видов экономической деятельности³.

Определяющий смысл в данной дефиниции выражается словосочетанием «форма взаимодействия», сводя тем самым суть ГЧП к привлечению ресурсов бизнеса для решения государственных задач. В своей работе Вилисов М.В. позиционирует такую трактовку партнерства как «ГЧП – форма»⁴.

Данное взаимодействие может проявляться в виде:

- привлечения ресурсов бизнеса (в т.ч. финансовых, управленческих и технологических) к деятельности по предоставлению общественных услуг (в таких областях, как жилищно-коммунальное хозяйство, здравоохранение, образование, транспорт и др.) с целью повышения эффективности и качества предоставляемых услуг. Тем самым ГЧП выступает формой оптимизации исполнения государством своих обязанностей перед обществом, т.е. бесперебойного предоставления населению публичных благ⁵;
- привлечения частной инициативы и инвестиций при сохранении государственного контроля (прав собственности) над стратегическими государственными активами (объекты культуры, недра, объекты инфраструктуры и т.п.) с целью снижения государственных расходов на их содержание и повышения качества управления данными активами.

Именно такой, экономической, подход к партнерству мы видим и в определении Центра ГЧП Внешнеэкономбанка: *ГЧП* – это привлечение органами государственного и (или) муниципального управления частного бизнеса для выполнения работ по техническому обслуживанию, эксплуатации, реконструкции, модернизации или новому строительству объектов общественной инфраструктуры и предоставлению публичных ус-

¹ <http://www.gov.karelia.ru>

² <http://www.ppp-lawrussia.ru/anal/dokl.htm>

³ Государственно-частное партнерство: теория и практика / В.Г. Варнавский, А.В. Клименко, В.А. Королев и др.; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010.

⁴ Вилисов М.В. Государственно-частное партнерство: политико-правовой аспект // Сайт Центра проблемного анализа и государственно-управленческого проектирования. – <http://www.rusrand.ru/vlast/publikac/partn/>

⁵ Gerrard M.B. What are public-private partnerships, and how do they differ from privatizations? // Finance & Development. 2001, Vol. 38, № 3.

луг с использованием таких объектов на условиях разделения рисков, компетенций и ответственности, определяемых контрактом и совокупностью нормативных актов, действующих на момент его подписания.

С точки зрения отражения качественных характеристик взаимодействия партнеров интересно определение, принятое Канадским советом по ГЧП: «Совместное предприятие между государственным и частным секторами, базирующееся на знаниях и опыте каждого из партнеров и наилучшим образом отвечающее четко определенным запросам общества путем рационального распределения ресурсов, рисков и доходов». То есть, здесь подчеркивается синергетический эффект, который дает партнерство государственного и частного секторов за счет использования преимуществ каждой из сторон, вследствие чего достигается максимально эффективное удовлетворение нужд общества⁶.

Любое из рассмотренных определений свидетельствует о том, что государство и бизнес, объединяя свои ресурсы на основе согласования интересов посредством механизма ГЧП, осуществляют совместное регулирование экономики⁷. Для того, чтобы говорить об эффективности такого партнерства, необходимо, на взгляд автора, рассмотреть расширенное толкование ГЧП.

В более широкой концепции ГЧП представляется в виде системы отношений государства и бизнеса, использующейся в качестве инструмента социально-экономического развития территории⁸. Наиболее близко суть этой системы взаимоотношений отражена в определении, даваемом структурами ООН: «ГЧП – добровольное сотрудничество представителей общественного (государственного) и частного (негосударственного) секторов, в ходе которого все участники соглашаются о взаимодействии для достижения общей цели или решения определенных задач»⁹. То есть, это скорее политическая, нежели экономическая категория, – «ГЧП – принцип» в интерпретации Вилисова М.В., представляющий собой выраженную через систему мер по государственному регулированию декларацию государства о его готовности реализовывать проекты на паритетных с бизнесом правах. Эта система мер выстраивается в соответствии с основной целью управления в аспекте реализации ГЧП – согласование и учет взаимных интересов, а также обеспечение возможности достижения индивидуальных и зачастую противоречивых целей субъектов партнерства¹⁰. Инструментами в данном случае выступают:

– конкретные стратегические и программные документы, формирующие благоприятную среду для реализации партнерских проектов, включая программы государственной поддержки бизнеса в приоритетных сферах;

– институты общественного участия, создаваемые с целью экспертизы, консультаций и совместной разработки нормативно-правовых актов и целевых программ и т.п. (наблюдательные, консультационные, экспертные, научные и иные виды советов).

В обобщенном виде суть рассматриваемой категории заключается в формировании государственной экономической политики, направленной на развитие партнерских отношений с бизнесом и создание благоприятного инвестиционного климата на территории. Выгодой для бизнес-структур в данном контексте будут являться получаемые ими в процессе реализации инвестиционных проектов госуслуги в виде различных преференций, гарантий, подготовленных инвестиционных площадок, а также прозрачной среды с понятными правилами и процедурами.

Таким образом, развитие ГЧП как принципа, является определяющим для развития его в конкретных экономических формах.

Наиболее емко характеристика ГЧП, на наш взгляд, представлена в работе Махортова Е.А. и Семченкова А.С.¹¹: *государственно-частное партнерство* представляет собой взаимовыгодное средне- и долгосрочное сотрудничество между государством и бизнесом, реализуемое в различных формах (начиная от контрактов на выполнение работ, акционирования и заканчивая консультациями государства и бизнес-ассоциаций) и ставящее своей целью решение политических и общественно значимых задач на национальном, региональном и местном уровнях. Именно это определение использовалось авторами в дальнейшем при написании статьи.

Применение принципов ГЧП в практике развития туризма в регионе

Республика Карелия обладает значительным туристско-рекреационным потенциалом. В этой связи, основной задачей региональных и муниципальных властей является повышение эффективности использования имеющегося потенциала посредством создания благоприятной среды для турбизнеса, включающей соответствующий уровень развития туристской инфраструктуры.

⁶ Святенко И.Ю., Иванченко А.Г. Государственно-частное партнерство против кризиса. – <http://www.rasi.ru/news.php?category=5&id=835>

⁷ Ковалев А.М. Развитие форм и методов государственно-частного партнерства в экономике регионов РФ. Автор. дисс. ... д.э.н., Москва – 2010

⁸ Государственно-частное партнерство: теория и практика / В.Г. Варнавский, А.В. Клименко, В.А. Королев и др.; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд. дом ГУ – ВШЭ, 2010.

⁹ Святенко И.Ю., Иванченко А.Г. Государственно-частное партнерство против кризиса. – <http://www.rasi.ru/news.php?category=5&id=835>

¹⁰ Вилисов М.В. Государственно-частное партнерство: политико-правовой аспект // Сайт Центра проблемного анализа и государственно-управленческого проектирования. – <http://www.rusrand.ru/vlast/publikac/partn/>

¹¹ Махортов Е.А., Семченков А.С. Государственно-частное партнерство как форма отношений власти и бизнеса в России. 2007 г. – http://lobbying.ru/index.php?article_id=2359, <http://www.opec.ru/1240402.html>

Основным механизмом достижения стратегической цели по выводу туризма на ведущие позиции в территориальной специализации является эффективная инвестиционная политика, направленная на формирование благоприятного инвестиционного климата в туристской сфере. С этой целью в республике начинается плановая работа по разработке региональной целевой программы «Развитие туризма в Республике Карелия на период до 2015 года», главная задача которой – совершенствование организационно-экономических инструментов координации и государственной поддержки туристской деятельности.

Для повышения результативности проводимой инвестиционной политики в сфере туризма и осуществления ее территориальной привязки с целью концентрации ресурсов на наиболее значимых инфраструктурных проектах в республике с привлечением научного сообщества (Института экономики Карельского НЦ РАН и ФГУП «РосНИПИУрбанистики») разработан пакет документов территориального планирования. Данные документы представляют собой согласованный инструментарий по управлению развитием туризма как приоритетного направления экономики на региональном и местном уровне.

С точки зрения управления территорией, особый интерес представляет разработанная в соответствии со Стратегией развития Республики Карелия до 2020 г. и Схемой территориального планирования Республики Карелия до 2025 г. Генеральная схема размещения объектов и инфраструктуры туризма. Данный пилотный для регионов России документ среди главных задач имеет реализацию пространственного аспекта инвестиционной политики в туризме (с учетом мультипликативного эффекта) и определение принципов и условий территориального размещения объектов туристской, производственной и транспортной инфраструктуры.

Схема является по своей сути элементом ГЧП, т.к. приняв на себя расходы и риски, связанные с разработкой данного документа, региональные власти получили ценную и необходимую не только с точки зрения управления, но и с точки зрения развития туристского бизнеса информацию, содержащую¹²:

- анализ современного состояния сферы туризма Республики Карелия с выявлением уровня использования ее туристического потенциала и определением доходов от сферы туризма;
- оценку перспективности развития отдельных видов туризма по системе показателей;
- принципы выбора туристических зон и определения их основной специализации;
- проектные предложения по развитию туризма по зонам с оценкой приоритетов;
- перспективы развития транспортной, инженерной и социальной инфраструктуры, связанной с туризмом;
- основные принципы планировочной организации развития туризма;
- инвестиционное обоснование создания объектов инфраструктуры туризма;
- расчет эффективности реализации проектных решений по развитию туризма в туристической зоне и ожидаемые результаты.

Кроме того, результатом работы стал отбор 12-ти зон туризма и отдыха, для которых разработаны карты-схемы перспективного развития с нанесенными на них существующими и планируемыми объектами туризма и инфраструктуры, экономические обоснования и оценки потребности в инвестициях. Представленные в Схеме планировочные эскизы участков предлагаемых для реализации инвестиционных проектов по отдельным зонам являются дополнительным стимулом привлечения инвесторов в регион.

Таким образом, Схема является важным инструментом для улучшения инвестиционного климата и формирования предпринимательской среды в регионе, т.к. задает ориентиры для бизнеса. Приходя в регион с целью инвестировать в развитие туристической и, в частности, туристской инфраструктуры, частный инвестор, как и любой инвестиционный институт, получает четкое представление о туристско-рекреационном потенциале, привлекательности и потребности в инвестициях той или иной территории республики в аспекте реализации на ней конкретного инвестиционного проекта. Тем самым, Генеральная схема выступает не только инструментом планирования, но и снижения издержек и риска для бизнес-структур. В конечном итоге, привлечение целевых инвестиций в развитие региональной инфраструктуры туризма даст ощутимый экономический эффект с точки зрения социально-экономического развития как «опорных туристских зон», так и всей территории республики в целом за счет развития туризма¹³.

Помимо стратегического планирования, важными инструментами государственной поддержки инвестиционных проектов в сфере туризма являются:

- механизм субсидирования части процентной ставки по банковским кредитам;
- Гарантийный фонд Республики Карелия;
- предоставление льготных условий на ведение бизнеса.

В целях стимулирования привлечения инвестиций в экономику Республики Карелия инвесторам вне зависимости от организационно-правовых форм и форм собственности предоставляется режим инвестиционного благоприятствования при реализации ими на территории Республики Карелия инвестиционных проектов в приоритетных отраслях экономики, к которым относится и туризм.

¹² <http://www.gov.karelia.ru>

¹³ Управление развитием туризма в регионе. Опыт реализации Стратегии Республики Карелии / Институт экономики КарНЦ РАН, под общей ред. Ю.В. Савельева и др. – Петрозаводск: Изд-во Карельского научного центра РАН, 2008.

Режим инвестиционного благоприятствования предусматривает следующие меры:

1) предоставление в соответствии с налоговым законодательством РФ и Республики Карелия инвесторам налоговых льгот по региональным налогам, а также по федеральным налогам в части, зачисляемой в бюджет Республики Карелия;

2) предоставление на конкурсной основе государственных гарантий Республики Карелия по инвестиционным проектам за счет средств бюджета Республики Карелия;

3) предоставление на конкурсной основе субсидий из бюджета Республики Карелия на частичное возмещение затрат по уплате процентов по кредитам, полученным для финансирования инвестиционных проектов, в порядке, установленном законом о бюджете Республики Карелия на соответствующий финансовый год;

4) информационная и организационная поддержка инвесторов, включающая оказание исполнительными органами государственной власти Республики Карелия содействия в организации инфраструктуры инвестиционной деятельности в республике в соответствии с законодательством РФ и Республики Карелия¹⁴.

Новым организационно-методическим инструментом для республики с точки зрения господдержки развития туристского бизнеса стало проведение бизнес-завтрака с инвесторами в рамках Международного туристского форума «Карелия-2010», целью которого являлось создание открытой площадки для презентации туристских бизнес-проектов местного и регионального значения широкому кругу инвесторов и партнеров. Данное мероприятие – это пример практической реализации результатов Генеральной схемы размещения объектов и инфраструктуры туризма в Республике Карелия. В процессе его подготовки свои ресурсы объединили региональные власти, органы МСУ, наука и бизнес. Ориентированный на представителей инвестиционных компаний, банков и кредитных организаций, государственных и частных инвесторов, бизнес-завтрак представил:

- Генеральную схему размещения объектов и инфраструктуры туризма в Республике Карелия как инструмент государственного управления развитием региональной инфраструктуры туризма;
- Условия и инструменты государственной поддержки инвестиционных проектов в республике;
- Опыт успешной реализации в республике инвестиционных проектов с использованием Схемы;
- Презентации инвестиционных площадок в рамках Схемы для строительства объектов инфраструктуры туризма и смежных отраслей на территории Республики Карелия (Центральная туристская зона – Петрозаводск, Прионежский район, Заонежье; Сортавальская; Лоухская; Пудожская).

В формате мероприятия инвесторы получили возможность детально ознакомиться с интересующими их проектами, включая информацию о степени готовности проектов, наличии ресурсов и инфраструктуры для реализации проектов, структуре финансирования проекта, условиях и объемах требуемых инвестиционных вложений, а также показателях эффективности проектов. Присутствовавшие на бизнес-завтраке представители всех уровней управления могли непосредственно на месте уточнить интересующие инвесторов вопросы в пределах своих полномочий.

В результате на данном мероприятии инвесторы смогли получить наиболее полное представление о заинтересовавших их проектах и договориться о встречах с инициаторами проектов для более детального обсуждения.

На наш взгляд, проведенное мероприятие можно также позиционировать в качестве одной из форм государственно-частного партнерства, т.к. оно соответствует всем основным признакам данной категории: взаимодействие государства и бизнеса происходит на основе объединения ресурсов с обязательным разделением рисков с целью решения общей общественно значимой задачи. Проведение бизнес-завтраков на регулярной основе будет способствовать улучшению инвестиционного климата в регионе и привлечению инвесторов в республику за счет обеспечения дополнительной прозрачности и открытости инвестиционной среды.

В заключение темы о партнерстве государства и бизнеса необходимо отметить, что юбилейный год стал переломным для республики в аспекте развития форм и механизмов ГЧП. Правительство Республики Карелия заключило Соглашение о сотрудничестве с Внешэкономбанком в сфере инвестиционной деятельности. Кроме того, одобрен план первоочередных мер по развитию механизмов и реализации проектов государственно-частного партнерства в регионе, в рамках которого подписан протокол о взаимодействии с Центром государственно-частного партнерства Внешэкономбанка по развитию инструментов ГЧП.

Следующим этапом развития ГЧП в Карелии планируется создание регионального Центра государственно-частного партнерства, включающего в себя Правительственную Комиссию по государственно-частному партнерству, с обязательностью исполнения ее решений всеми причастными органами исполнительной власти и рабочий орган регионального Центра ГЧП¹⁵.

Итак, **государственно-частное партнерство** – это особая система отношений между государством и бизнесом, предполагающая постоянный конструктивный диалог по формированию согласованной политики в аспекте обеспечения эффективного развития территории. Выступая в качестве партнеров, государство и частный сектор обеспечивают большую отдачу от мероприятий по развитию туристской сферы в республике и получают возможность более успешно решать вопросы социально-экономического развития региона в целом.

¹⁴ <http://www.kareliainvest.ru/ru/investd/gospodderzhka/>

¹⁵ <http://www.kareliainvest.ru/ru/5612/>

МУЛЬТИПЛИКАТОР ТУРИЗМА

В статье приведено выражение для определения мультипликатора туризма, изложены методические рекомендации по его определению для региона.

Nemkovich E.G. The Multiplier of Tourism

The stating for the definition of the tourism multiplier is give n in the article. The methodic recommendations for the definiti on of this term for a region are specified.

Туризм как сфера экономической деятельности интенсивно развивается во многих регионах нашей страны. Это объясняется тем, что туризм для регионов представляет такой интегрированный вид экономической деятельности, которая позволяет при сравнительно небольших капиталовложениях обеспечить экономически рентабельное использование и воспроизводство местных ресурсов и потенциала, в том числе потенциала, неиспользуемого в производственной деятельности региона. Значение туризма для экономики региона многообразно и очень весомо. Доходы от туризма способны поднять экономику региона, в котором он развивается. Туризм приносит выгоду экономическим агентам региона. Клиенты получают продукцию и услуги; персонал турфирм – зарплату, предприниматели прибыль, территория пополняет свой бюджет за счет налоговых поступлений. Туризм стимулирует дополнительный спрос на товары и услуги. Особенность туризма состоит в том, что он вызывает потребительский спрос туристов, приезжающих на территорию, на различные товары и услуги. А удовлетворить такой спрос призвана региональная промышленность и сфера обслуживания. Увеличение продаж продукции местной промышленности естественным образом увеличивает доходы региона, так как спрос на комплекс товаров и услуг, сформированный туристским движением, требует их производства. Поэтому туризм оказывает стимулирующее влияние на развитие региональных отраслей, выпускающих предметы потребления. Благодаря этому производство потребительских товаров интенсивно развивается, принося пользу своему региону и повышая уровень жизни населения. Туризм изменяет удельный вес расходов на общественный транспорт региона. Увеличивается выручка и доходы региональных средств связи, так как почтовое и телефонное обслуживание позволяет туристу поддерживать контакт с местом постоянного проживания.

По мере развития мобильного, нестационарного туризма увеличиваются расходы туристов на туристское снаряжение, которое, как правило, не может быть использовано в оседлой жизни. Это также приносит достаточно хорошие доходы. При увеличении туристских потоков значительно повышается спрос на сувенирную продукцию, изделия местного кустарного промысла. Это сказывается на возрождении народных промыслов, традиций и фольклора. Кроме дополнительного дохода, продажа таких изделий может служить рекламой туристского центра. Развитие туристского бизнеса увеличивает спрос на продукцию сельского хозяйства региона. Сооружение средств туристского размещения положительно сказывается на состоянии конъюнктуры в строительстве, а также на расширении и модернизации региональной инфраструктуры.

Общественное и региональное значение туризма состоит, прежде всего, в способности приносить большие поступления доходов в государственный и региональный бюджеты через налоги. И чем больше доходы туристских организаций, тем больше поступления в бюджет. Влияние туризма на экономику региона в целом можно определить с помощью оценки прямого и косвенного воздействия на экономику туризма.

Прямое воздействие – это объем расходов туристов, необходимых для их полного обеспечения товарами и услугами. Косвенное воздействие – генерированная экономическая активность, полученная на последующих этапах расходования средств.

Туристская отрасль вовлекает в орбиту своей деятельности сопутствующие сектора: транспорт, связь, питание, торговлю, банки, страхование, сферу развлечений, музеи, и другие сферы, и оказывает стимулирующее влияние на их развитие, становясь ускорителем их развития и роста.

Поэтому при оценке экономической эффективности туризма необходимо отталкиваться от такого понятия как совокупный доход от туризма, использование которого позволяет оценить прямые и косвенные доходы от туризма. Под совокупным доходом от туризма можно понимать совокупность ежегодных прямых и косвенных, денежных и неденежных выгод, получаемых регионом от туристской деятельности, выраженные в стоимостном виде.

Прямые доходы от туризма в регионе представляют собой налоговые поступления от туристских фирм и организаций в бюджеты всех уровней, а также прибыль туристских предприятий, которая может быть направлена на расширение их производственно-сбытовой базы и осуществление инвестиционной деятельности. Кроме того, прямое воздействие туризма на региональную экономику включает также и поступления в бюджеты всех уровней за счет различных платежей, сборов (лицензионных сборов, платежей за оформление выездных и въездных документов, различных таможенных и пограничных пошлин и сборов).

В прямых доходах следует также учитывать и доходы, полученные от самодеятельного туризма, – это доходы средств размещения, доходы предприятий общественного питания, предприятий, торгующих сувенира-

ми и т.д. Однако эти данные будут носить в большей степени оценочный характер, поскольку они практически нигде не учитываются. В целях большей объективности расчетов прямого дохода от неорганизованных туристов, последних целесообразно разбить на группы по преобладающим целям поездки: самостоятельные туристы, приезжающие в регион с целью гостевого туризма (данная доля туристов весьма велика, особенно в приграничных районах, где у населения имеются родственные связи с жителями приграничных районов).

Косвенные доходы от туризма в регионе представляют собой денежные средства, затраченные туристскими фирмами, самими туристами, предприятиями туристской инфраструктуры региона на приобретение производственного оборудования, потребительских товаров и услуг у предприятий, не относящихся к туристской индустрии. Кроме того, косвенными доходами от туризма для региона является та часть затраченных денежных средств (прямых и общих затрат), которые не уходят за пределы региона. Оценить косвенные доходы от туризма в регионе позволяет методика определения мультипликатора для сопоставления вклада отраслей в развитие экономики региона.

Опираясь, главным образом, на представленную выше структуру совокупного дохода от туризма в регионе, методика его оценки включает расчеты по двум направлениям: оценка прямого воздействия туризма, а также оценка косвенного воздействия туризма на региональную экономику.

Что касается прямого воздействия туризма, то в его рамках производится оценка прибыли, получаемой туристскими фирмами и организациями за отчетный период, а также доли налоговых поступлений от туризма в бюджеты всех уровней. Таким образом, здесь под прямым экономическим эффектом от туризма понимается объем средств, вырученных от туризма на первом круге обращения средств в региональной экономике, вошедших в состав валового регионального продукта.

Косвенное воздействие туризма требует проведения оценки мультипликативного эффекта от туризма и его воздействия на другие секторы региональной экономики. Это позволяет рассчитать совокупный доход от туризма с учетом мультипликативного эффекта, и она основывается на результатах, полученных при оценке прямого экономического эффекта от туризма. Поэтому эти два направления тесно взаимосвязаны и представляют собой единую методику определения совокупного дохода от туризма в регионе.

Данная методика характеризуется также универсальностью, поскольку она применима для любого региона, а также для межрегиональных сопоставлений уровня развития туризма.

Поскольку туризм является одной из отраслей общественного производства, характеризующейся высокой общественной значимостью и оказывающей влияние на развитие других отраслей, то применение мультипликатора для оценки его воздействия на региональную экономику вполне допустимо и правомочно. Мультипликатор – это экономический показатель, величина которого характеризует степень, в которой увеличение инвестиционного спроса или самих инвестиций порождает изменение объема выпуска продукции.

Мультипликатор объясняет наличие стимулирующего влияния затрат в данной сфере производства на его расширение и занятость в других его сферах.

Применительно к туризму – это численный коэффициент, показывающий, во сколько раз возрастет или сократится валовой региональный продукт в результате увеличения или сокращения выручки туристских фирм (расходов туристов).

Мультипликативное влияние туризма проявляется в том, что в результате прохождения всей производственной цепочки доход, полученный от одного туриста, превышает сумму денег, израсходованных им в месте пребывания на покупку услуг и товаров. Если суммировать все приращения, суммарный эффект в отношении количества товаров и услуг, на которые предъявляется спрос как со стороны, непосредственно, туристов, туристских фирм, так и со стороны других предприятий и их работников, может оказаться намного больше, чем первоначальный эффект, являющийся непосредственным следствием туристского бизнеса.

Теория мультипликативного эффекта объясняет наличие стимулирующего влияния затрат в одной сфере производства на расширение производства и занятости в других его сферах. Этот положительный нарастающий эффект в составе валового регионального продукта и называется мультипликативным эффектом.

Общий мультипликативный эффект от туризма в регионе определяется по формуле¹:

$$M = M_T + M_1 \cdot \left(\frac{1}{1-R} \right) = M_T + \frac{Y \cdot Q_T \cdot (V_T - Z_{TH})}{X} \cdot \frac{1}{1-R}$$

Где:

M – совокупный доход (прямой и косвенный, с учётом мультипликативного эффекта) от туризма в стране (регионе);

M_T – объём средств, вырученных от туризма на первом круге обращения средств, вошедших в ВВП (ВРП) (прямой экономический доход от туризма);

M₁ – часть выручки от туризма, оказывающая влияние на ВВП (ВРП) (объём ВВП (ВРП), вызванный заказами туризма);

¹ Экономика и стратегия развития туризма в регионе: аналитическая база, современные требования и подходы / Под общей ред. Ю.В. Савельева, Е.Г. Немковича – Петрозаводск: РИО КарНЦ РАН, 2002.

V_t – объём услуг (выручка) туризма (в стоимостном выражении);

Z_t – объём затрат на приобретение товаров и услуг, предназначенных для обслуживания туристов, у других предприятий (себестоимость продукта);

Y – валовой внутренний (региональный) продукт;

X – валовой общественный продукт;

R – коэффициент, отражающий степень замкнутости национальной (региональной) экономики и отражающий связь двух последовательных кругов обращения средств, вырученных от туризма;

Q_t – доля затрат туризма, остающаяся в национальной (региональной) экономике.

Для определения конкретной величины мультипликативного эффекта от туризма в регионе по этой формуле необходимо определить все её составляющие.

Выручка от туризма в регионе определяется как объём средств, полученных от туризма на первом круге обращения, вошедший в валовой региональный продукт (то есть прямой экономический эффект от туризма). Под объёмом средств, полученных от туризма на первом круге обращения, вошедших в валовой региональный продукт, понимается сумма средств, оставляемых всеми туристами на территории региона.

Для его определения необходимо знать количество туристов, приезжающих на территорию, и величину средств, которую турист оставляет на территории.

При определении количества туристов, приезжающих в регион, можно исходить из потребностей людей в туристских услугах, вызываемых различными побудительными мотивами. Мотив, как побудительная причина, связан в туризме с конкретными потребностями различных групп людей. По результатам социологических наблюдений мотивами туризма являются² отдых, досуг, развлечения, стремление к познанию, спорт, лечение, паломничество, гостевые посещения, деловые командировки. Приведенные выше мотивы могут быть сгруппированы в целевые группы (с учетом их целевой направленности). В зависимости от цели путешествия следует рассматривать виды туризма, наиболее часто встречающиеся в регионе (например, познавательный, рекреационный, гостевой).

Познавательный туризм (включая культурный и научный) – это путешествие в целях ознакомления с историко-культурными достопримечательностями и уникальными природными объектами по определённой программе. Рекреационный туризм (включая оздоровительный и экологический виды туризма) осуществляется с целью оздоровления и лечения. Гостевой туризм – посещение территорий с целью участия в научных и культурных мероприятиях, посещение родственников и приобретение товаров и различных услуг. Такая группировка позволяет более точно учесть потоки туристов, затраты на их пребывание и дополнительные интересы и наклонности посетителей региона.

Все туристы, приезжающие в регион и использующие эти формы туризма делятся на две группы: организованные туристы (приезжающие по туристским путевкам) и неорганизованные туристы (приезжающие самостоятельно). Эти две группы туристов, в свою очередь распределяются по целям поездки.

Общий туристский поток на территорию региона делится на две группы: российские и иностранные граждане. Основной туристский поток входит в регион по нескольким направлениям. Их необходимо определить. Это, как правило, транспортные артерии и достопримечательности территории.

К основным познавательным объектам туризма в регионе, как правило, относятся архитектурные и природные памятники, места исторических памятных событий.

По основным объектам показа необходимо по результатам учета или наблюдений определить число посещений туристами. Это относится как к организационным, так и к самостоятельным туристам.

Организованные туристы – это туристы, которые посещают регион по туристским путевкам. К ним относятся туристы, пользующиеся услугами, как региональных операторов, так и туроператоров из-за пределов региона (познавательный туризм), а также туристы, приезжающие в регион в санаторно-оздоровительные учреждения (рекреационный туризм).

Неорганизованный (самостоятельный) туризм имеет очень много форм и видов. Статистические и другие достоверные данные о нём отсутствуют. Поэтому можно пользоваться оценочными данными и материалами социологических исследований, опубликованных в открытой печати. Самостоятельный (неорганизованный) туризм является на данный момент, в условиях несоответствия инфраструктуры отрасли возрастающему спросу, преобладающим. Его развитию также способствует российский менталитет, как самих туристов, так и жителей принимающих территорий.

В регионе необходимо организовать статистическую отчетность по основным показателям, характеризующим туристическую отрасль. Во всех других случаях нужно проводить социологические опросы для получения недостающих данных.

Зная количество туристов, посетивших регион, продолжительность пребывания на территории и сумму денежных средств, затраченных в день, мы легко получаем выручку от реализации туристских услуг туристам.

Приведённая выше формула позволяет оценить мультипликативный эффект от туризма по налогам и занятости населения.

² Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2000.

В силу того, что валовой региональный продукт утверждается органами государственной статистики по предыдущему периоду через два с лишним года, то в качестве данных для расчета мультипликативного эффекта можно использовать оценочные данные. Как правило, погрешность между оценочными данными по величине валового регионального продукта за предыдущий период и утвержденными данными составляет не более 3-5 %, а это существенным образом не отразится на значении мультипликатора.

Для расчета мультипликатора от туризма, необходимо иметь следующую информацию: ежегодный объем выручки фирм и предприятий, структуру затрат на приобретение товаров и услуг для обслуживания туристов у предприятий, относящихся к инфраструктуре туризма (в % к общему объему выручки от реализации турпродуктов), объем валового регионального продукта.

Также необходимы оценочные данные о доле затрат отраслей экономики региона, остающихся на её территории – то есть доля затрат на приобретение товаров и услуг, произведенных на налоговой и таможенной территории (на территории региона).

Мультипликативный эффект от туризма, рассчитанный по данному выражению, будет носить оценочный характер, поэтому целесообразно при обосновании ряда показателей, входящих в состав формулы, использовать экспертный подход.

Изложенные выше методические подходы по определению мультипликативного эффекта и совокупного дохода от туризма применимы для условий и стандартов статистической отчетности и информации на всей территории Российской Федерации. Подавляющее большинство расчетных данных можно найти в официальной государственной статистике как для национальной экономики в целом, так и для отдельных регионов. Поэтому данная методика полностью подходит для оценки мультипликативного эффекта от туризма в регионах и для межрегионального сопоставления.

Данная методика получила признание и используется в Республике Карелия при осуществлении мониторинга развития туризма и его бюджетной эффективности. На основе этой оценки осуществляется разработка рекомендаций и конкретных управленческих решений по их увеличению.

УДК 338.48(47+57)

Ополченев И.И.

КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ

В статье утверждается, что туризм стал высокодоходной отраслью мирового хозяйства, однако в России кардинальных изменений состояния туризма не происходит. По мнению автора одной из причин является отсутствие крупных туристических объединений и корпораций, способных реализовать масштабные инвестиционные проекты. Необходима трансформация подходов к разработке региональных стратегий развития туризма, ориентированных на представление о туризме как о сфере исключительно малого бизнеса.

Opolchenov I.I. The Concept of the Russian Regions' Tourism Development

The author states that the tourism has become the highly profitable sector of the global economy; however, there are no cardinal changes in Russian tourism. According to the author's opinion, one of the reasons is that there are no large tourism associations and corporations which are able to realize the large-scale investment projects. Transformation of approaches to the development of the regional tourism strategies which are focused on the tourism vision as the sphere of small-scale business is necessary.

Современная рыночная экономика России характеризуется достаточно односторонним развитием. Налицо превалирование энергетического комплекса, опирающегося на сырьевые национальные ресурсы. В то же время характер динамичных изменений, происходящих сегодня в мировой экономической системе, свидетельствует о всё большем вовлечении в хозяйственный оборот особых, комплексных, практически неисчерпаемых видов ресурсов – туристических. Их эффективное использование является существенным фактором повышения конкурентоспособности экономики регионов, сумевших включить природные, культурные, исторические, духовные и др. факторы в процесс массового познания и отдыха.

В 90-е годы XX в. произошло глобальное мировое признание туризма не только как экономического, но и как социокультурного явления. Туризм стал жизненной потребностью значительной части населения и нашей страны.

В настоящее время мировой туризм является одной из ведущих, высокодоходных отраслей мирового хозяйства, имеющей значительную привлекательность. По данным Всемирной туристической организации (ЮНВТО) средние темпы роста туризма в 2-3 раза превышают среднегодовые темпы развития экономики в целом.

За последние 35 лет число туристов, выехавших в другие государства, возросло почти в 13 раз, а доход от туризма увеличился в 55 раз. Для многих стран иностранный туризм превратился в существенный или основной источник доходов и роста национальной экономики. Например, по данным ЮНВТО в 1990-1999 гг. ежегодные поступления Испании от туризма достигали 19-29 млрд долл., что составило 25 % поступлений от

экспорта страны и около 5 % ВВП страны. Доходы США от въездного туризма составили 65,2 млрд долл., или свыше 5 % стоимости экспорта

Развитие индустрии туризма происходит по интенсивному пути в условиях жесткой зависимости от различных угроз современного мира от периодов спадов мировой экономики, техногенных аварий и природных катаклизмов, террористических актов, вооруженных конфликтов и т.д. в условиях высокой конкуренции, в условиях сильнейшего воздействия геополитики различных стран. Несмотря на это высокие устойчивые темпы роста экономических показателей в сфере туризма сохраняются и в будущем.

Согласно оценкам ЮНВТО в настоящее время наиболее перспективными сегментами рынка являются: экологический туризм, культурно-познавательный туризм, тематический, круизы.

Карелия благодаря своему уникальному природному и культурному потенциалу имеет все основания для развития всех перечисленных видов туризма.

Карелия располагает огромным потенциалом, как для развития внутреннего туризма, так и для приема иностранных путешественников. У нее есть все необходимое – огромная территория, богатое историческое, духовное и культурное наследие, в целом экологически чистая, нетронутая природа.

Наша страна, несмотря на свой высокий туристический потенциал, занимает незначительное место на мировом рынке. Вклад от туризма в национальный ВВП на порядок ниже мировых развитых стран, доля экспорта туристических услуг незначительна.

В последние годы кардинальных изменений состояния туризма России не происходит. Затянувшееся отставание нашей страны в развитии туризма не имеет серьезных объективных причин. Предприниматели в туристическом бизнесе должны с успехом приспосабливаться к любому уровню платежеспособности населения. Федеральным органам, местным администрациям необходимо опережающе содействовать развитию внутреннего туризма как законодательно, так и оперативными практическими действиями. То, что в России отсутствуют необходимые инвестиции и нет ожидаемых результатов является следствием недооценки значения туризма в экономическом и социальном развитии нашего общества.

Среди новейших тенденций изменений на рынке туристических услуг следует выделить увеличение степени его глобализации и концентрации капитала, повышения уровня технологических и продуктовых инноваций, а также обеспечение высокого уровня качества обслуживания.

Одна из наиболее важных особенностей развития экономики – процесс глобализации хозяйственной деятельности. Этот процесс особенно заметен в туристическом секторе. Мировой туристический рынок контролируют десять глобальных корпораций (табл. 1). Объем ежегодных продаж каждой корпорации составил 2,5-17,4 млрд долл. Им принадлежат значительные доли рынков.

В России практически отсутствуют крупные туристические объединения и корпорации, способные реализовать крупные масштабные инвестиционные проекты. У органов власти сложилось устойчивое представление о туризме как о сфере исключительно малого бизнеса.

Таблица 1

Мировые глобальные корпорации в туризме

Корпорации	Страны	
1. Carison Companies	США	Объем продаж каждой корпорации составляет от 2,5 до 17,4 млрд долл./год
2. American Express	США	
3. Japan Travel Burea	Япония	
4. Preusag	Германия	
5. C&N Touristik	Германия	
6. Rewe	Германия	
7. Airtours	Великобритания	
8. First Choice	Великобритания	
9. Accor	Франция	
10. Groupe Kuoni	Швейцария	

По данным Госкомстата России в настоящее время в туристическом бизнесе осуществляли свою деятельность более 10000 туристических фирм. В 2008 г. официально зарегистрировано около 13,5 тыс. турагентств и 5,5 тыс. фирм, имеющих лицензии туроператоров. Более трех четвертей из них являются субъектами малого предпринимательства со средней численностью менее 5 чел. Полный год осуществляют свою деятельность 56 % туристических фирм, работа остальных носит сезонный характер. Крупных туроператоров с отлаженными технологиями, формирующими основу российского рынка, насчитывается всего около 200.

Подобная полиполюсная рыночная среда туристского рынка России в сегодняшних условиях с позиции национальных интересов имеет существенные негативные последствия. Каждая фирма реализует продукцию в малом объеме, как по абсолютной величине, так и по отношению к совокупному объему продаж. Стратегия таких фирм направлена главным образом на краткосрочную реализацию своей прибыли. Это обстоятельство отражает ничтожные возможности воздействия отдельной, даже самой крупной фирмы, на развитие российского туризма.

Другим ключевым фактором, определяющим мировое положение российского туризма, является качество туристских услуг.

Сегодня менеджмент выработал только три вида конкурентных преимуществ: ценовые, дифференциация продукции и создание выгодного положения продукции на рынке.

Конечно, любая фирма стремится создавать все три конкурентных преимущества. Однако «ценовое» преимущество и последнее – создание на рынке своей продукции предпочтений, учитывая масштабы и возможности наших турфирм, не имеет решающего значения.

А вот дифференциация продукции, т.е. создание отличительной привлекательности продукции от продукции конкурентов, основанное на ее качестве, позволяет любой турфирме обеспечить защищенную рыночную позицию, высокую долю продаж, повышенную и устойчивую цену продаж. Качество является наиболее эффективным вкладом в конкурентоспособность туристских производителей на мировом рынке.

В настоящее время в развитых странах повышение качества расценивается как решающее условие дальнейшей интенсификации экономики, повышения эффективности производственных процессов и производительности труда, обеспечения конкурентоспособности на мировых и внутренних рынках. Проблема обеспечения качества рассматривается в развитых странах как проблема общенационального характера, ведется большая аналитическая, исследовательская, образовательная, воспитательная и пропагандистская работа силами научной общественности и государственными организациями.

Подобное внимание к вопросам качества не случайно, оно закономерно для современного этапа постиндустриального развития в условиях научно-технического прогресса и отражает как позитивные, так и негативные моменты этого процесса. Однако главная причина пристального интереса к качеству – изменение условий, форм и методов в острейшей конкурентной борьбе за рынки сбыта.

Отечественная индустрия туризма восприняла значение этой проблемы не в полной мере и в силу сложившегося восприятия механизма рыночной экономики на первое место позиционирует меркантильные интересы предпринимателей без обеспечения успеха в конкуренции. Это означает, что наша индустрия упускает время. Свои меркантильные интересы предприниматели могут удовлетворить только в том случае, если они будут создавать более совершенную продукцию, применять новейшие технологические процессы, более эффективные методы менеджмента.

К тому же специалисты туризма воспринимают качество слишком упрощенно. В лучшем случае качество воспринимается как соответствие стандарту или соответствие «определенным требованиям». Современная теория полностью отошла от «тейлоровского» понимания обеспечения качества, в 90-х годах прошлого века перешла на теорию тотального управления качеством (TQM) на принципах международных стандартов ISO 9000.

Теоретик качества Деминг считает, что «качество не означает достижения совершенства. Оно означает получение такого уровня качества, на который рассчитывает данный сегмент рынка». Следовательно, задача специалистов туризма – предложить продукцию более высокого качества в данном ценовом сегменте, чем аналогичная продукция конкурентов.

Предприятия туристической индустрии должны реализовать услуги высокого качества, однако, с гораздо меньшими затратами, соответствующими данному ценовому сегменту рынка.

Реализация этой концепции требует не просто регламентации и классификации различных услуг, а исключительного качества производственных процессов на всех уровнях жизненного цикла услуги: рыночных исследованиях, разработки турпродукта, определения поставщиков исходных услуг и, конечно, реализации тура.

Сегодня нужна не просто исполнительская и технологическая дисциплина производственных процессов, а нужно, чтобы сотрудники туристических предприятий понимали эти процессы и являлись их частью. Проблемы качества должны пронизывать деятельность всего коллектива, от первого руководителя до неквалифицированного сотрудника.

Отечественный менеджмент должен решить эту проблему, и он в состоянии это сделать.

Решение острейших проблем национального туризма, в т.ч.: качество продукции, аккумуляция финансов, развитие инфраструктуры туристической сферы, использование производительных технологий, кардинальное повышение эффективности производственных систем туристических организаций, завоевание соответствующих позиций в мировом туристическом потоке и т.п. лежит в плоскости реализации стратегии глобальной интеграции и образования крупных туристических корпораций, включающих в себя не только транспортные, гостиничные предприятия, туроператоров, но и многие другие предприятия, в том числе мощные кредитно-финансовые организации, строительные компании, торговые фирмы и др.

Будет сформирован туристический комплекс под частичным объединением в корпоративную структуру, создающий конечный туристский продукт под единым управлением в целях оптимизации собственных расходов, концентрации капитала, создания составляющих конечного продукта на высоком технологическом уровне. Такая интегрированная корпорация будет интенсивно развиваться опережающими темпами.

Подобная стратегия обязательно должна быть реализована в Карелии. В Карелии будет сформирован современный туристический рынок, функционирующий на деятельности крупных туристических корпораций. Рынок будет успешно конкурировать в рамках мирового туристического пространства.

КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ СФЕРЫ ТУРИЗМА ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье дана характеристика развития туризма в Вологодской области. Представлена система управления сферой туризма в регионе на основе кластерного подхода.

Plehanov Y.N. The Cluster Approach to Development of the Tourism Sphere in the Vologodskaya Oblast

A characteristic of development of tourism in the Vologodskaya Oblast is given in the article. The system of management for the tourism sphere in a region is specified.

В Программе социально-экономического развития Вологодской области на 2010-2013 гг. одним из приоритетных направлений экономической политики Правительства Вологодской области является ускорение диверсификации экономики на основе опережающего развития приоритетных секторов и развития региональных кластеров: «Лен», «Лес», «Молоко», «Туризм».

В этих конкурентоспособных секторах необходимо создавать условия для роста производства продукции и услуг с высокой добавленной стоимостью.

В рамках решения задачи по формированию конкурентоспособных кластеров предусмотрено развитие туристского кластера.

Туристский кластер – это система взаимосвязанных фирм, организаций, учреждений и связанных с ними органов исполнительной государственной власти, формирующих и обслуживающих туристские потоки с использованием туристско-рекреационного потенциала территории.

Наличие значительного историко-культурного и природного потенциала позволяет развивать в Вологодской области культурно-познавательный, круизный, усадебный, паломнический, событийный, сельский и экологический туризм.

Согласно данным рейтингового агентства «Эксперт-РА» по туристскому потенциалу Вологодская область занимает 16 место¹.

Несмотря на влияние финансового кризиса в 2009 г. число участников путешествий по области увеличилось на 2 % по сравнению с 2008 г. и составило 1,36 млн посетителей. Туристский поток в области вырос по сравнению с 1997 г. в 4,3 раза, количество туристов увеличилось в 2,3 раза, экскурсантов – 7 раз (рис. 1).

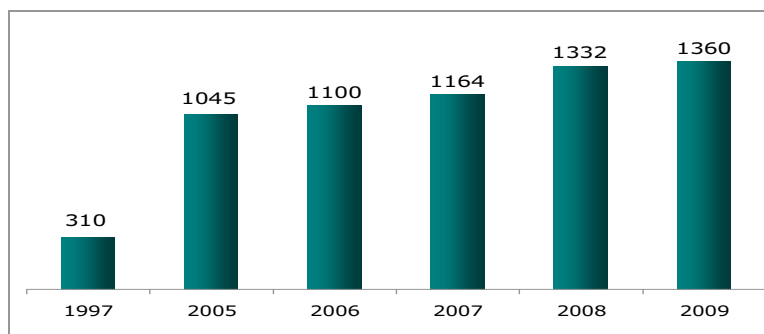


Рис. 1. Динамика въездного туристского потока в Вологодской области, тыс. чел.

По предварительной оценке научно-проектного института пространственного планирования «ЭНКО» г. Санкт-Петербург, потенциальная туристская емкость территории Вологодской области составляет более 3,5 млн посетителей².

Статистика посещений Вологодской области в зависимости от целей отражена в таблице 1.

Таблица 1

Статистика посещений Вологодской области в зависимости от целей

Цели посещения	2008	2009
культурно-познавательные 70,0		67,0
служебные 19,0		15,0
отдых в сельской местности 5,7		12,5
лечебно-оздоровительные 5,2		5,5

¹ Сайт рейтингового агентства «Эксперт РА» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.raexpert.ru>.

² «Схема территориального планирования Вологодской области. Положения о территориальном планировании» – г. Санкт-Петербург: Научно-проектный институт пространственного планирования «ЭНКО», 2009 г.

По итогам 2009 г. наблюдается:

- увеличение количества экскурсантов, посетивших область с экскурсионными целями без ночевки по экономичным турам;
- снижение количества туристов в среднем на 6-8 %;
- тенденция к понижению средней стоимости продаж, то есть туристы выбирают менее дорогие (экономичные) туры по области;
- снижение посещений области с культурно-познавательными целями (снижение посещаемости музеев и других объектов культурного показа), со служебными целями и увеличение посещений с целью отдыха в сельской местности (экологический и сельский туризм).

Являясь одной из наиболее динамичных и высокодоходных отраслей, туризм вносит свой вклад в экономику Вологодской области. В структуре валового регионального продукта он составляет 4 %. Средняя численность работников, занятых в сфере туризма и сопутствующих отраслях составляет 16,5 тыс. чел. или 2,7 % экономически активного населения области. В 2009 г. введено в эксплуатацию 20 новых туристских объектов в районах области.

В 2009 г. туристскую деятельность осуществляли 150 юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, из них 35 – туроператоры по внутреннему туризму, сведения о которых внесены в единый Федеральный реестр туроператоров.

В настоящее время в Вологодской области сформирована система управления сферой туризма:

- принят закон области от 23.10.2008 г. № 1891-ОЗ «О туризме и туристской индустрии на территории Вологодской области»;
- постановлением Правительства области от 11.08.2008 г. № 1547 одобрена Стратегия развития сферы туризма Вологодской области до 2020 г.;
- утверждены долгосрочные целевые программы «Великий Устюг – родина Деда Мороза на 2007-2010 гг.» и «Развитие внутреннего и въездного туризма в Вологодской области на 2009-2012 гг.»;
- постановлением Правительства области от 14.04.2009 г. № 621 создан Координационный совет по развитию туризма в Вологодской области.

В 15 районах области приняты муниципальные программы по развитию сферы туризма, 14 районах созданы рабочие группы и координационные советы по развитию туризма, 14 районах введены должности специалистов, курирующих сферу туризма, 9 районах работу по данному направлению осуществляют муниципальные учреждения.

В 17 районах развивается сельский туризм. Более 120 тыс. чел. посещают область с целью отдыха в сельской местности (12,5 % от общего туристского потока). В туристские маршруты, расположенные в сельской местности, входят 27 природных заказников, 36 родников, 7 усадеб, 13 Центров традиционной народной культуры, 18 деревенских музеев.

В рамках Стратегии развития сферы туризма в области до 2020 года предусмотрена реализация трех крупных туристских проектов в «коридорах развития»:

- Восточный коридор – проект «Великий Устюг – родина Деда Мороза»;
- Западный коридор – туристская дестинация «Белоозеро», зона развития активного туризма «Онего»;
- «Вологда – культурная столица Русского Севера» и «Череповец – город лидеров»³.

Проект «Великий Устюг – родина Деда Мороза» поддержан более чем 50-ю регионами РФ, одобрен Президентом Российской Федерации Д.А. Медведевым и Председателем Правительства Российской Федерации В.В. Путиным.

Д.А. Медведев сказал: «Дед Мороз – это наш национальный бренд. Мне кажется, неплохо, что мы стали продвигать этот символ. И продвигать его по самым разным направлениям. Это – добрая, хорошая тема, объединяющая людей. К тому же она несет здоровье».

В декабре 2009 г. оргкомитет «Сочи – 2014» присвоил Деду Морозу статус «Официальный Дед Мороз «Сочи – 2014».

В общероссийском масштабе действует АО «Почта Деда Мороза», с 1998 г. получено более 1,8 млн писем из всех регионов России и 15 зарубежных стран. С октября 2005 г. реализуется почтовая услуга «Подарок от Деда Мороза», развивается система электронной переписки с Дедом Морозом. Создан и поддерживается сайт Деда Мороза.

Динамика доходности проекта показывает его инвестиционную привлекательность и создает благоприятную инвестиционную среду для дальнейшего развития. За 11 лет инвестиции в проект составили 1,7 млрд руб. из различных источников финансирования, доля частных инвестиций составляет порядка 25 % от общего объема капложений.

³ Постановление Правительства области от 11 августа 2008 г. № 1547 «О Стратегии развития сферы туризма в Вологодской области до 2020 года».

Туристский поток увеличился с 3 тыс. человек в 1998 г. до 205 тыс. чел. в 2009 г. (потенциальная туристская емкость составляет порядка 500 тыс. чел. в г.), обеспечивается занятость 7,3 % населения Великоустюгского района. За 11 лет доход от проекта составил 2,3 млрд руб., из них в 2009 г. – 500 млн руб.

Приоритетными объектами строительства по проекту «Великий Устюг – родина Деда Мороза» являются: реконструкция аэропорта в г. Великий Устюг, «Дворец Деда Мороза», ледовый дворец «В гостях у сказки», II очереди зоопарка в вотчине Деда Мороза, реставрация памятников архитектуры в г. Великий Устюг.

В рамках развития проекта «Великий Устюг – родина Деда Мороза» на перспективу предусматривается реализация проекта «Великий Устюг – детская столица России», продвижение Российского Деда Мороза как национального бренда и символа олимпиады «Сочи-2014».

Межмуниципальный инвестиционный проект – туристская дестинация «Белоозеро» располагается в границах Кирилловского, Белозерского и Вашкинского муниципальных районов, на территории которых развивается культурно-познавательный, активный, событийный, паломнический, сельский туризм.

Разработаны Концепция развития дестинации «Белоозеро», 19 межмуниципальных туристских маршрутов различной тематики и логотип, включающий «бренды» трех районов: «Белозерск – былинный город», «Кириллов – обручальное кольцо», «Липин бор – царство Золотой рыбки».

Постановлением Правительства области утверждены мероприятия по созданию и деятельности межмуниципального инвестиционного проекта «Туристская дестинация «Белоозеро»⁴. Цель проекта – создание комфортных условий для ведения бизнеса и нового конкурентоспособного туристского продукта на территории трех районов.

Туристский поток в 2009 г. составил 315 тыс. посетителей. Туристская емкость районов – 700 тыс. посетителей.

Основные показатели сферы туризма в туристской дестинации «Белоозеро» за 2009 г. отражены в таблице 2.

Таблица 2

Основные показатели сферы туризма в туристской дестинации «Белоозеро», 2009 г.

	Кирилловский район	Белозерский район	Вашкинский район
Количество занятых в туризме и сопутствующих отраслях, человек	670	320	227
Доля занятых в туризме в общей численности занятых района, %	11,4	4,6	7,5
Доля поступлений в районный бюджет от туризма, %	16,0	1,3	1,0

Приоритетные объекты строительства в дестинации «Белоозеро»

Инфраструктурные проекты на основе частных инвестиций:

- причал для приема круизных судов и историко-культурного комплекса «Княжий двор» в г. Белозерске;
- туристский комплекс «Стрелецкая слобода» в г. Кириллов;
- музеи льна и бересты в с. Горицы, базы отдыха в д. Топорня;
- туристский комплекс семейного отдыха в с. Липин Бор;
- инфраструктура проекта «Липин Бор – царство Золотой Рыбки».

В рамках зоны активного туризма «Онего» и нового туристского проекта «Вытегория – обитель батошки Онего» реализуются экскурсионные программы по патристическому воспитанию на базе музея «Подводная лодка – «Б-440» и маршруты с активными способами передвижения и специальные рыболовные туры.

Туристский поток в 2009 г. составил 48,1 тыс. посетителей. Туристская емкость района – 200 тыс. посетителей. В структуре экономики туризм занимает 1,2 %. Прямой доход от туризма в 2009 г. составил 40,8 млн руб.

В рамках сотрудничества с МЧС России разработан порядок оповещения органов МЧС туристскими группами, выходящими на маршрут. На базе центра МЧС «Вытегра» с 2010 г. осуществляется подготовка гидов-проводников и разработан новый туристский маршрут с посещением центра «МЧС «Вытегра».

Приоритетные объекты строительства в зоне активного туризма «Онего»: две гостиницы (100 мест) в г. Вытегра, туристского комплекса на оз. Ежозеро, туристско-развлекательный центр в г. Вытегра.

Выполнение комплекса мероприятий по развитию сферы туризма обеспечит достижение к 2012 г. следующих результатов:

- увеличение туристского потока на 25 % (2009 г. – 1,36 млн посетителей, 2012 г. – 1,7 млн чел.);
- рост средней продолжительности пребывания туристов в 1,4 раза (2009 г. – 2,5 дня, 2012 г. – 3,5 дня);
- рост численности занятых в сфере туризма (создание новых рабочих мест в секторе туризма и смежных с ним отраслях) в 1,3 раза (2012 г. – 21,4 тыс. чел.);
- увеличение доли туризма в валовом региональном продукте – до 6 % (рост на 2,0 процентных пункта к 2009 г.).

⁴ Постановление Правительства Вологодской области от 07.07.2009 г. № 1031 «О создании межмуниципального инвестиционного проекта «Туристская дестинация «Белоозеро».

ПРИМЕНЕНИЕ ГИС И ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ТУРИНДУСТРИИ РЕСПУБЛИКИ КАРЕЛИЯ

Рассматривается вопрос технологии объединения научных знаний о природных ресурсах Карелии в интегрированное информационное пространство КарНЦ РАН с использованием ГИС и Интернет-технологий для эффективного использования соответствующей информации, в том числе и в интересах туризма в Карелии.

Polin A.K. Applying the GIS and Internet Technologies to the Tourism Industry in the Republic of Karelia

The issue concerning the technology of implementation of a scientific knowledge about the natural resources of Karelia into the integrated information space of the KRC RAS with the use of the GIS and Internet technologies for the effective usage of corresponding information (for the convenience of tourism in Karelia as well) is examined in the article.

Институты Карельского научного центра РАН (КарНЦ РАН) имеют богатый опыт научных исследований на территории Республики Карелия (РК), который представлен в первую очередь значительными научными информационными ресурсами. В этих условиях актуальной становится задача их объединения в интегрированное информационное пространство для эффективного использования соответствующей информации (и, в первую очередь, пространственно распределенной). Задача усложняется тем, что в нашей стране отсутствует развитая инфраструктура пространственных данных (ИПД) в отличие, скажем, от соседней Финляндии¹. Использование возможностей развитой ИПД, позволяющей в режиме реального времени консолидировать актуализированную геоинформацию из различных источников, можно посмотреть на сайте Геологической службы Финляндии (<http://geomaps2.gtk.fi/activemap/>). Кроме того, как правило, финансовые возможности научных учреждений в нашей стране весьма ограничены.

Использование экономически обоснованных решений при проектировании информационных систем позволит внедрить их для оперативного анализа разнородной информации при оценке состояния фонда природных ресурсов РК, анализируя текущее состояние и производя ретроспективное и перспективное оценивание. В то же время такие системы должны достаточно просто агрегироваться с другими системами, используемыми при принятии управленческих решений, таких как, например, инвестиционная деятельность, планирование развития территорий, и быть потенциально доступными для широкого круга пользователей.

Система, являясь частью национального информационного ресурса России, должна обеспечить взаимодействие пользователей на региональном, федеральном и международном уровнях. Создание такой системы необходимо для проведения квалифицированной экологической и экономической экспертизы различных проектов (в том числе и связанных с туризмом) на территории Карелии и сопредельных регионов.

Выбор ГИС-технологий в качестве основы при построении информационной системы предоставляет возможность масштабирования системы на единой методологической основе. Далее (рис.1(а, б)) показана последовательная локализация (масштабный ряд) природного парка «Валаамский архипелаг», выполненного с помощью ПО ГИС «MapInfo 8.5».

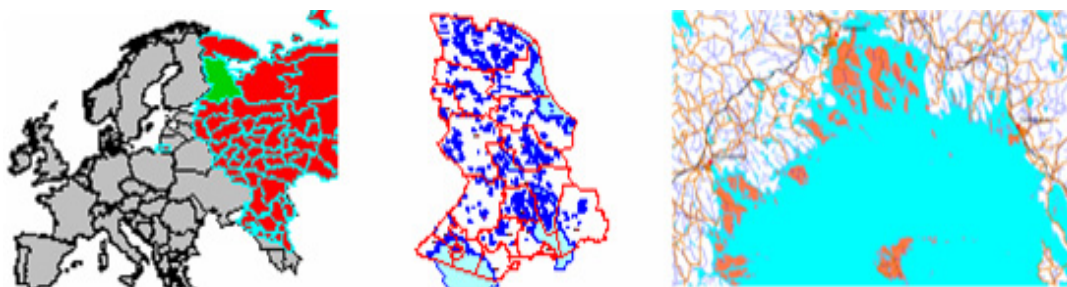


Рис.1(а). Природный парк «Валаамский архипелаг»

Использование ГИС-технологий позволяет в значительной степени унифицировать и систематизировать программные и технические средства и выработать единую стратегию информационного обеспечения. Практическая же реализация региональных структур научных информационных ресурсов отражает особенности конкретных научных исследований, а также фактические возможности по их созданию.

¹ А.В. Кошкарев «Инфраструктура пространственных данных Финляндии» // «Пространственные данные», №1, 2008 г. (<http://www.gisa.ru/44536.html>).

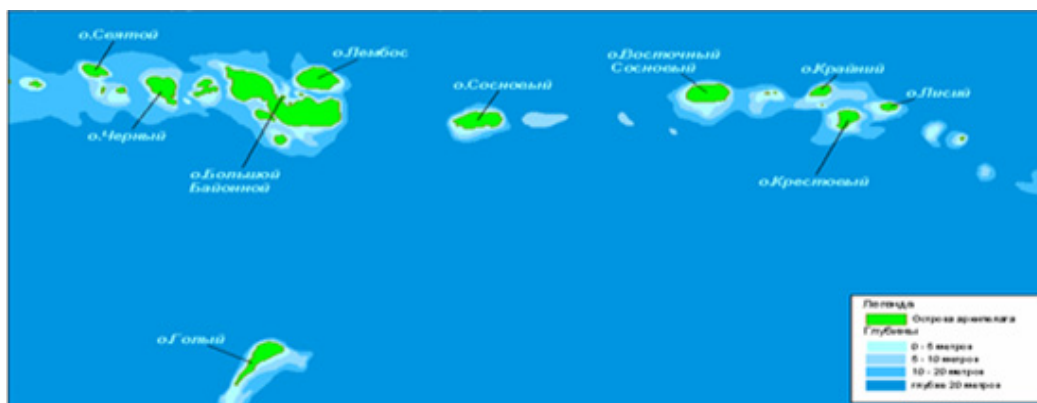


Рис.1(б). Природный парк «Валаамский архипелаг»

ГИС-технологии успешно применялись сотрудниками КарНЦ РАН в ряде межотраслевых проектов (в том числе и международных). Примером такого применения является, например, проект TACIS CBC SPF /0302/0062 «Экологический туризм на службе развития Муезерского района и усиление охраны природы», выполненный в 2002-2004 гг. (рис. 2).

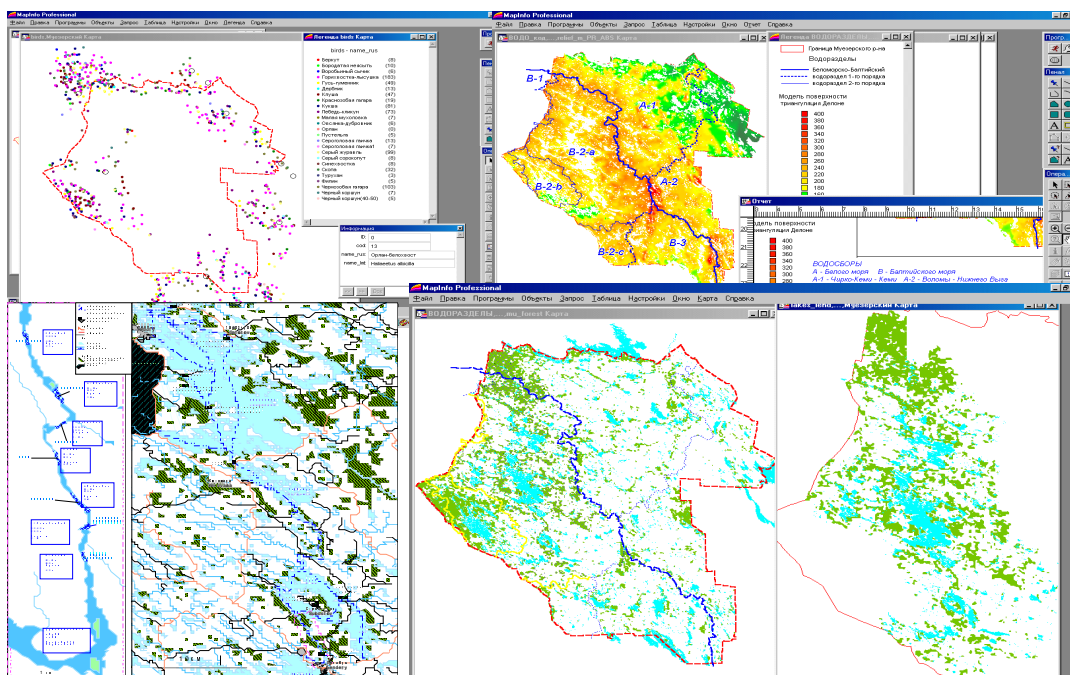


Рис. 2. Тематические слои по Муезерскому району (M1:200000)

Аналогичные работы проводились и в ряде других районов (Суоярвский, Вепсская волость, Заонежье и др.). И, как правило, обязательно исследовались вопросы, касающиеся развития туристической деятельности на этих территориях.

Использование Intranet/Internet технологий и свободного программного обеспечения позволяет существенно уменьшить стоимость создаваемой информационной системы (на основе ГИС) и практически решить вопросы лицензирования программных средств. Необходимо отметить, что соответствующие информационные технологии использовались нами в ряде малобюджетных проектов^{2,3} для визуализации геоинформационных ресурсов по конкретной тематике, но они не носили, как правило, системного характера. Ниже приводится фрагмент такой работы с использованием технологии ASP-MAP (коммерческое программное обеспечение) (рис. 3).

² А.К. Полин, А.С. Скворцова Применение ГИС и Интернет-технологий для информационного обеспечения рационального природопользования Республики Карелия//Проблемы рационального использования природного и техногенного сырья Баренцева региона в технологии строительных и технических материалов / Матер. Второй междунар.науч.конф.-Петрозаводск. 2005. стр. 170-172.

³ Т.А. Кодолова, А.К. Полин ГИС и Интернет-технологии – элементы инноваций в управлении процессом капитализации отходов в регионе//Экология промышленного производства, № 2, 2007 г., стр. 6-14.

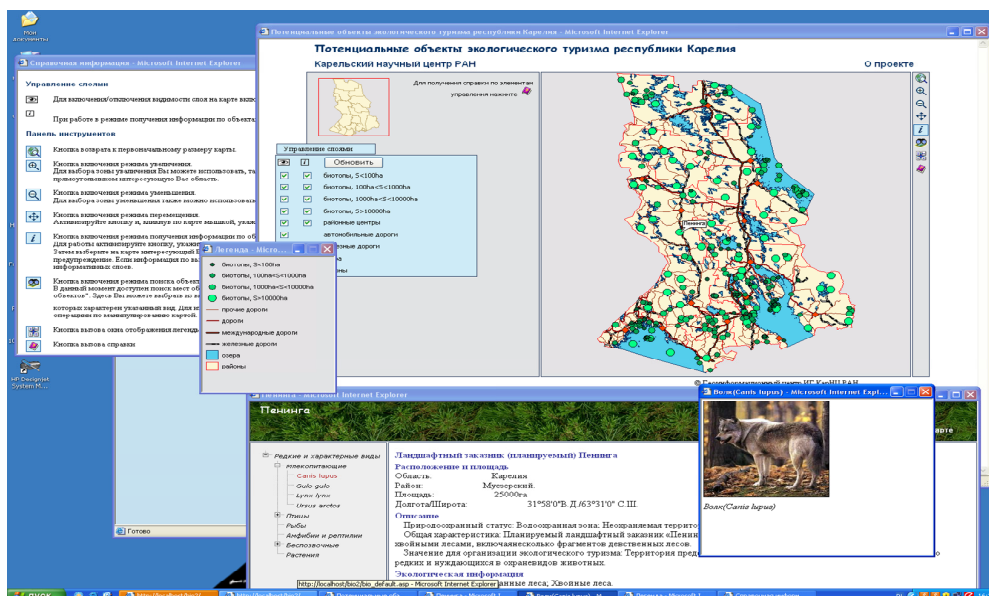


Рис. 3. Скриншот сайта «Потенциальные объекты экологического туризма РК»

Системная проработка рассматриваемых вопросов проводится в рамках проекта «Информационно-аналитическая система поддержки и сопровождения научных исследований природных ресурсов (на примере Республики Карелия)», РФФИ № 09-07-12074-офи_м, руководитель проекта – чл.-корр. РАН А.Ф. Титов. Проект направлен на создание комплексной распределенной информационно-аналитической системы поддержки и сопровождения научных исследований природных ресурсов и окружающей среды Карелии.

По результатам проекта в системе будут представлены следующие геоинформационные ресурсы регионального масштаба (М1:1000000): коренная геология, тектоника, четвертичная геология, полезные ископаемые РК, геологические памятники РК, почвенная карта и структура почвенного покрова, болота, водные ресурсы (кадастр рек, водосборы 1 и 2 порядка), биотопы, ландшафты и ландшафтно-геохимическая карта РК, особо охраняемые природные территории РК, карта потенциального влияния объектов горнорудного комплекса РК в зависимости от распространенности и специфики геохимических барьеров и карта размещения зон с высоким минерально-сырьевым потенциалом.

Все тематические слои базируются на единой топооснове (цифровая векторная карта Республики Карелия, «Аэрогеодезия», 1995 г.). Очень часто для геопривязки природных объектов используется также мозаика из сцен спутника Landsat 7/ETM+ (актуальность данных 1999-2002 гг.), что повышает масштаб до М1:100000. Данные представляют собой трехканальные (используется комбинация каналов 7-4-2) мозаики⁴.

В рамках проекта мы попытались систематизировать и актуализировать картографические материалы, сделать их доступными в справочном режиме для возможно более широкого круга пользователей (с учетом режимности и конфиденциальности). При создании картографического сервера нами применялось свободное программное обеспечение в формате LAMP – «стандартный» набор для создания веб-сайтов (Linux, Apache, MySQL, PHP). В последней разработке используются следующие Linux-версии соответствующих программных продуктов – Apache v. 2.2.4, PHP v. 5.2.3, MySQL v. 5.0.45. Для Web-сервера используется Ubuntu Server v. 7.10, а GeoWeb-сервер написан на основе MapServer v. 4.103.

На стартовой странице GeoWeb-сервера проводится идентификация пользователя и устанавливается уровень доступа, и при успешном завершении процедуры пользователю представляется возможность выбора порядка слоев для просмотра в основной странице (рис. 4).

Основная страница содержит стандартные инструменты просмотра картографической информации и две всплывающих панели – панель видимости слоев и панель легенды. К стандартным инструментам относятся масштабирование и сдвиг карты, окно обзора, установление уровня прозрачности тематических слоев, получение информации об объектах и выбор объектов в области (рис. 5).

В дальнейшем предполагается развитие системы в режиме хранилища данных с подключением к пространственно распределенным данным различного масштаба. При этом предполагается, что по запросу пользователя система сможет выдавать ему не только соответствующие тематические слои и атрибутивную информацию из баз данных, но и другую сопутствующую научную информацию (электронные научные публикации по теме запроса, документы из электронных библиотек и т.п.), релевантные его информационным потребностям.

⁴ Global Land Cover Facility (<http://glcf.umiacs.umd.edu>)

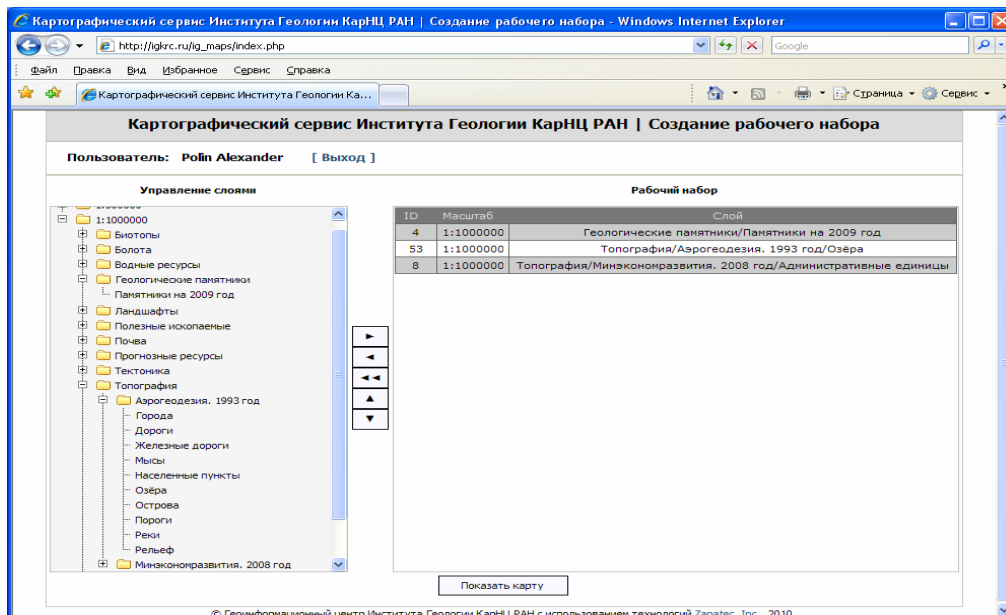


Рис. 4. Скриншот стартовой страницы

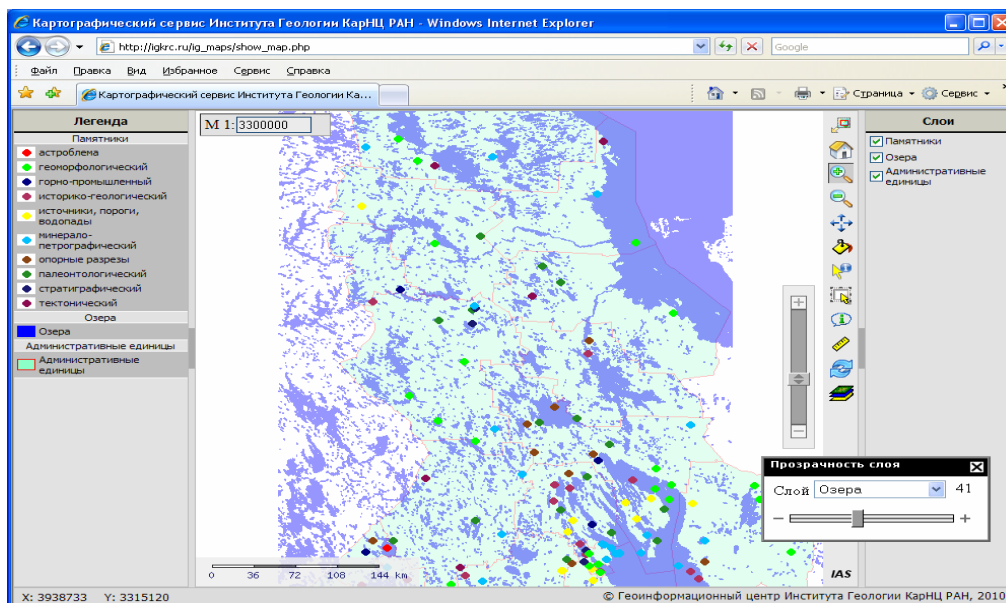


Рис. 5. Скриншот основной страницы

Предлагаемая технология создания информационной системы по природным ресурсам Карелии с использованием открытого ПО позволит существенно снизить финансовые издержки при создании и сопровождении информационной системы. Кроме усиления инновационной ориентации научных исследований и разработок, повышения их вклада в экономический рост РК, использование этих технологий выводит на новый уровень:

- информационное обеспечение органов государственной власти для принятия решений в области развития экономики и социальной сферы Республики Карелия;
- создание новых туристических продуктов (научный, экологический, учебный, ...) как неотъемлемой части экономических процессов на территории РК;
- обеспечение возможности комплексного подхода к формированию новых турпродуктов;
- популяризацию образа Карелии в сети Интернет, повышение ее привлекательности для инвестиций;
- высокую практическую значимость для высшего образования и образовательной системы в целом.

ФОРМИРОВАНИЕ ЛОКАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ДЕСТИНАЦИЙ

Процессы модернизации предусматривают не только технологические нововведения, но и организационные. В статье предлагаются новые подходы к формам организации турбизнеса на основе формирования локальных кластеров, объединяющих различные фирмы и организации, обслуживающие туристов.

Rozanova L.I. Forming the Tourism Local Clusters for Increase of Competitive Advantages of Destinations

The modernization processes are based on technological and organizational innovations. The author suggests new approaches to the tourism business organization based on the local clusters integrating various actors providing service for tourists.

Процессы модернизации затрагивают не только производственный сектор, но и все сектора общественного хозяйства, включая сферу услуг. Меняются организация, приемы и подходы к управлению территорией. Становится важным понимание роли месторасположения того или иного бизнеса как для его конкурентных преимуществ, так и привлекательности и преимуществ конкретной территории. Все большее распространение получает кластерный принцип организации бизнеса и управления территорией, когда в повышении местной конкурентной способности отводится роль не отдельным фирмам, а их объединениям по общности деятельности и взаимной дополняемости. Это предопределяет новые роли компаний и органов власти, а также общественных организаций, нацеленных на повышение конкурентоспособности местности, где есть база для развития бизнеса.

В условиях усиливающейся конкуренции возрастает роль ассоциативных форм деятельности и интегрированных структур управления предприятиями на основе рыночных принципов ведения хозяйства, распространяя при этом на каждый субъект хозяйствования, входящий в данные структуры, определенную меру ответственности и самостоятельности. Все чаще утверждаются новые формы интеграции хозяйствующих субъектов:

а) либо путем вхождения предприятий в вертикальные структуры (корпоративные группы), реорганизованные из отраслевых структур или создаваемые заново;

б) или на основе формирования горизонтальных образований, включающих разных по функциональному назначению фирм, хозяйств.

Для успешного развития индустрии туризма в России может быть применима как первая, так и вторая форма. Горизонтальная интеграция целесообразна и наиболее характерна для отдельных муниципальных образований, которая будет формировать устойчивые совокупности разных компонентов, участвующих в процессе оказания туристских услуг местным населением. Вертикальная интеграция может оказать влияние на вхождение местных дестинаций с их характерными особенностями, привлекающими туристов, в укрупненные региональные и национальные структуры. Туристские дестинации по своей сути подразумевают интеграционные процессы, когда каждая локальная дестинация является частью более крупной территории, посещаемой туристами. В целом горизонтальная и вертикальная интеграция позволяет формировать туристские кластеры на разных иерархических в территориальном отношении уровнях. В географическом измерении кластер может распространять свое влияние, начиная от сельского поселения, муниципального района до региона и страны.

Таким образом, туристский кластер можно рассматривать как совокупность организаций, фирм, личных подсобных хозяйств населения, индивидуальных предпринимателей, взаимодействующих в развитии туристского продукта в определенных географических границах, в частности, отдельной сельской дестинации, и входящий в более сложные взаимосвязи на уровне региона, страны. Основной целью кластера является формирование и функционирование конкурентоспособного туристского комплекса, включающего фирмы, организующие питание, размещение, транспорт, торговлю изделиями народных промыслов, медицинское обслуживание, досуг туристов. Создание кластера будет способствовать использованию преимуществ специализации каждой фирмы, включенной в туристский кластер, что обеспечит функционирование современного конкурентоспособного туристского комплекса в регионе, предоставляющего широкие возможности для обеспечения занятости местного населения и удовлетворения потребностей туристов.

Выделяя конкретную дестинацию как территорию (место) посещения, привлекающую туристов своими специфическими природными и рекреационными ресурсами, достопримечательностями, историческим и культурным наследием, следует в первую очередь определить её специфичность и уникальность для создания нового продукта. Именно местная особенность придает дестинациям ярко выраженную привлекательность, а специфические аттракционы и продукты становятся тем предложением, которое отличает каждую из них и делает уникальной. На мировом туристском рынке появляются новые дестинации, которые получают преимущество от неиспользованных или слабо используемых ресурсов. Туристы готовы платить за предоставляемые дестинациями блага и готовность платить растет в зависимости от уникальности дестинации, специ-

фичности продукта. Туризм – это, прежде всего, новые впечатления. Если рассматривать региональный рынок Карелии, где неплохо обстоит дело с природными ресурсами, культурно-историческими ценностями, то ставка может быть сделана на такие необычные виды, как туризм орнитологический и экологический, а также этнографический. Вместе с тем, следует рассмотреть возможность включения таких (уникальных для отдельных местностей) видов турпродуктов в комплексный пакет туристических услуг, чтобы фирмы, предоставляющие их, вовлекались как в локальные, так и в региональные кластеры. То есть необходимо задуматься о создании и продвижении единого турпродукта Карелии, расширяя его рамки. Однако при продвижении его на рынок туристических услуг требуется создание общих для всех правил игры и общего инфраструктурного поля, иначе даже самые привлекательные проекты в туризме рискуют остаться неприменимыми.

Следует учитывать и традиционные для Республики Карелия виды услуг, которые остаются и уникальными и привлекательными. Карелия с ее богатыми природными ресурсами и уникальными ландшафтными заповедниками, а также с 300-летней историей первого в России курорта, располагающего целебными источниками, должна позиционировать себя и как территория здорового отдыха и гостеприимства. Как показывает российский опыт, спрос на путешествия за здоровьем менее эластичен к доходам, поэтому все направления, которые позиционируются в этом сегменте (к примеру, курорты Кавказских минеральных вод, не потеряли своего туриста во время недавнего кризиса).

Исследуя факторы привлекательности для развития индустрии путешествий и туризма в отдельных странах, эксперты Всемирного экономического форума в Давосе определяют максимально привлекательные для развития туризма страны в целях стимулирования развития путешествий и туризма во всем мире. Эксперты оценивали политику властей в области туризма, их способность обеспечить безопасность, санитарные условия, стоимость отдыха, развитие транспортной инфраструктуры, национальный колорит, наличие комфортабельных отелей, экологию, кадровый потенциал и т.д. Россия в последние годы занимает место в середине списка исследуемых стран, а по некоторым позициям (природный потенциал, медицинское обслуживание и культурный ресурс) даже приближается к первой четверти. Однако крайне невысоко оценивается уровень развития наземного транспорта и туристической инфраструктуры, в том числе наличие достаточного числа мест в гостиницах. По уровню безопасности эксперты и вовсе ставят нашу страну на предпоследние места, поясняя это большим количеством ДТП, разгулом преступности и таким показателем, как «отсутствие веры в полицию как защиту от преступников». В целом же, по мнению экспертов, Россия перспективная и привлекательная в туристическом плане страна, но есть проблемы, которые требуют обязательного решения¹. Самой привлекательной страной для путешественника эксперты признают Швейцарию. Эта европейская страна получила «отлично» в категории «безопасность и политическая стабильность», «санитарные условия в стране» и «степень развития и качество транспортной инфраструктуры». По мнению экспертов, Швейцария обладает лучшей в мире транспортной и туристической инфраструктурой, а также ярко выраженным национальным колоритом, который привлекает граждан других стран².

Исходя из утверждения, что Россия перспективная и привлекательная страна для развития индустрии туризма и гостеприимства, но при этом с достаточно большим грузом проблем, следует учитывать мировой опыт в создании нового имиджа.

В настоящее время отдельные регионы делают ставку на доктрину «тотального туризма», чтобы каждое муниципальное образование развивало на своей территории объекты туристического показа. Доктрина «тотального туризма» давно и успешно реализуется в Европе и доказывает, что любой европейский город, даже самый маленький, обязательно имеет свои туристические достопримечательности, а туризм во многих европейских странах стал одним из мощных механизмов активизации внутреннего спроса в их периферийных регионах³. Регион может с эффектом позиционировать свой единый турпродукт на рынке в условиях благоприятного информационного фона и адекватной инфраструктурной обеспеченности, если будут организованы ассоциативные формы деятельности и интегрированные структуры управления, позволяющие интегрировать субъекты туристского рынка и налаживать взаимодействие бизнеса, населения и власти. Это возможно при применении кластерного инструментария. По выражению теоретика кластерного подхода Майкла Портера, выдвинувшего теорию национальной, государственной и местной конкурентоспособности в контексте изменения характера конкуренции в условиях глобализации, когда «правительства утрачивают свое влияние на конкуренцию по сравнению с силами, действующими в мировых масштабах», кластеры, вместе с тем, «формируют также новую роль правительства». Приходит все большее понимание того, что при правильной макроэкономической политике все-таки «решающее воздействие правительства ощущается на уровне микроэкономики». Определив кластеры как движущую силу, он подчеркивает также, что «они образуют площадку, на которой может (и даже должен) проходить диалог нового типа между фирмами, правительственными структурами и другими организациями (школы, университеты, организации по сотрудничеству)⁴.

¹ Рейтинг туристической привлекательности стран мира 14.03.2008 г. – <http://news.turizm.ru/russia/9526.html>

² Рейтинг привлекательности страны для туризма. – <http://rating.rbc.ru/article.shtml?2007/03/13/31397394>.

³ Проценко Н. Регион тотального туризма // Эксперт №22 (707) / 7 июня 2010. – http://expert.ru/printissues/expert/2010/22/region_totalnogo_turizma?esr=2

⁴ Портер, Майкл. Э. Конкуренция.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005, с. 256-257.

Кластеры, по определению М. Портера, – это сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в родственных отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций <...> в определенных областях, конкурирующих, но при этом ведущих совместную работу. Кластеры могут обеспечить конкурентный успех в различных областях бизнеса⁵.

Если говорить о специфике развития туристских дестинаций, делающих упор на кластерный подход, то, безусловно, нельзя не учесть тот факт, что кластеры формируются именно по географическому признаку и «выступают ярко выраженной особенностью любой национальной, региональной и даже столичной экономики»⁶. Если поставить целью создание единого турпродукта «Карелия», то он будет более привлекательным и многогранным тогда, когда в региональный туристский кластер войдут как разнопрофильные фирмы, оказывающие различные услуги туристам, так и дестинации сельские и городские, работающие над созданием собственных эксклюзивных брендов.

Проблемным в данном процессе является само объединение. Между туристскими фирмами, функционирующими в республике, идет острая конкурентная борьба. Какие потенциальные составные части кластера способны обеспечить функциональные взаимосвязи и оказать регулирующие воздействия? По М. Портеру, начать определение составных частей кластера лучше с рассмотрения крупной фирмы или концентрации сходных фирм и выявить цепочку связанных с ними по вертикали ниже- и вышестоящих фирм и организаций. Затем по горизонтали находятся отрасли, проходящие через общие каналы или производящие побочные услуги, определяются дополнительные горизонтальные цепочки с похожими специализированными факторами производства и технологиями либо связанными между собой поставками. Следующим шагом будет установление и выделение организаций, обеспечивающих выбранные ранее фирмы специалистами, технологиями, информацией, капиталом или инфраструктурой, а также иных групп – организаций по сотрудничеству. Завершающим этапом становится выявление правительственных или других регулирующих структур, которые могут оказывать на членов кластера существенное влияние⁷.

Примером организации по кластерному типу специализированных объединений может служить сельская кооперация, имеющая как исторический опыт, так и современные тенденции в построении кооперационных связей в агробизнесе. Модель взаимодействия многофункциональных форм сельского предпринимательства разработана и реализуется в республике. Центральным интегрирующим звеном в данной модели является сельская кредитная кооперация⁸. Кредитная кооперация может стать первым этапом в формировании локальных туристских кластеров и придать импульс развитию сельских дестинаций. Кроме того, и сельский туризм может повлечь за собой развитие интеграционных процессов среди обслуживающих фирм, ведь на уровне дестинаций туристская отрасль отличается многообразием турпродуктов и услуг, реализуемых многими различными поставщиками. Каждая турфирма ищет свой уникальный турпродукт, оригинальность которого, прежде всего, связана с местными особенностями, которые весьма разнообразны в каждом районе Карелии: это и озера в скальном окаймлении, и стремительные реки с водопадами и перекатами, и даже характер и ментальность местного населения в конкретном населенном пункте. Однако при создании и формировании новых турпродуктов или их пакета необходимы инвестиции. Часто сельские жители не имеют средств на эти цели. Серьезным испытанием для местных предпринимателей является и создание новых дополнительных ценностных достоинств турпродуктов для потребителей. Туристский бизнес предполагает сложную систему отношений между поставщиками и потребителями соответствующих услуг, между турфирмами и их конкурентами, а также между партнерами по бизнесу. В этой связи целесообразно в границах дестинации сформировать пакет услуг, кооперировав определенные средства, требующиеся для организации бизнеса в сфере сельского туризма. Такая возможность появляется при создании обслуживающих кооперативов, наиболее существенную роль среди которых играют кредитные кооперативы.

Исследуя потенциал сельской кредитной кооперации в регионе в условиях растущей экономики и в её кризисном состоянии, можно сделать следующие выводы:

- успешно функционирующие кооперативы способны привлекать сбережения населения, ранее не вовлеченные в экономику при отсутствии на селе банковских услуг;
- кооперативы, сформированные по принципу территориальной общности, сохраняют доверие своих пайщиков, что позволяет им развиваться даже в условиях кризиса и осуществлять кредитование сельского бизнеса;
- кредитные кооперативы становятся одним из наиболее эффективных инструментов финансирования реального сектора в малых муниципальных образованиях, поскольку расходы на их содержание меньше, чем в филиальной сети банков.

⁵ Портер Майкл, там же.

⁶ Там же, с. 256.

⁷ Там же, с. 258.

⁸ Розанова Л.И. Поиск модели взаимодействия субъектов продовольственного рынка // Экономика Северо-Запада: проблемы и перспективы развития. 2002. № 2 с. 59-63.

Сельскую дестинацию следует рассматривать и как центр привлечения инвестиций. Укрупненным в виде кооперативов структурам, оказывающим туристические услуги, гораздо проще их привлечь, так как инвестора интересует более крупный бизнес, чем отдельные домохозяйства. Для успешной работы сельского туристского бизнеса требуется осуществить значительные инвестиции в инфраструктуру отрасли, подготовить квалифицированные кадры, научить предпринимателей успешно конкурировать на этом рынке, организовать более эффективную помощь государства. Достичь успеха можно лишь при объединении имеющихся ресурсов. В этой связи немаловажным фактором развития сети сельской кредитной кооперации является активное участие местной власти в создании и поддержке кооперативов. В некоторых сельских поселениях представители местной власти сами являются либо учредителями, либо председателями правления кооперативов. Как правило, это специалисты с экономическим образованием, что помогает решать проблему с квалифицированными кадрами. Эффект от такого сотрудничества получают все жители: на территории развивается бизнес, создающий добавленную стоимость в виде заработной платы (а роль налога на доходы физических лиц в налоговых доходах муниципалитетов все более возрастает), прибыли и налогов. Территория становится привлекательной для инвестора и выходит на качественно новый путь социально-экономического развития в рамках социального партнерства бизнеса и власти.

УДК 338.48

Степанова С.В.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА (РЕСПУБЛИКА КАРЕЛИЯ)

В статье представлены результаты исследования динамики отдельных показателей развития туристской сферы бизнеса в Республике Карелия за период 2000-2009 гг.

Stepanova S.V. The Regional Features in Development of Tourism (the Republic of Karelia)

The article deals with the results of research concerning the dynamics of some indexes in development of the tourism in the Republic of Karelia.

В современных условиях развитие туризма в Республике Карелия рассматривается в качестве одного из приоритетных направлений социально-экономического развития региона, которое способно стабилизировать экономическую ситуацию, смягчить социальные проблемы, выступить реальным фактором сохранения, воспроизводства и использования природного и культурно-исторического потенциала.

Учитывая, что туризм стал самостоятельно формироваться как сектор региональной экономики лишь в 90 гг. XX в., в настоящее время в Карелии осуществляется накопление статистической базы данных в данной сфере¹. В статье предпринята попытка выявления региональных особенностей развития туристского бизнеса на основе исследования динамики показателей развития туризма за период 2000-2009 гг.

Исследования развития туристского бизнеса в регионе за период (2000-2009 гг.) позволяют выявить *первую его особенность: тенденцию роста основных показателей развития туризма*, его преобразование в высокоэффективную динамично развивающуюся сферу бизнеса (рост объема оказанных гостиничных и туристско-экскурсионных услуг, доходов от всех видов въездного туризма, доли туризма в ВРП Республики Карелия и др.). Однако, следует выделить, что в 2009 г. (прогнозные показатели) произошло снижение показателей развития туристского бизнеса в Республике Карелия по сравнению с предыдущими годами, что обусловлено финансово-экономическим кризисом, оказавшим существенное влияние на динамику развития всех отраслей экономики. Исключение затрат на путешествия из бюджетов ряда домашних хозяйств а данный период определяется не отнесением туристских услуг к услугам первой необходимости.

За исследуемый период 2000-2009 гг. наблюдается достаточно высокие темпы роста туристского потока в (28 %) Республике Карелия (рис. 1).

Общее количество посетителей Республики Карелия с туристскими целями с достаточной степенью точности моделируется следующей линией тренда:

$$y = 0,0561x + 1,2553; \\ R^2 = 0,8569 \quad (1)$$

Где: y – общее количество посетителей РК с туристскими целями;
 x – параметр времени (для 2000 г. $x = 1$).

¹ Степанова С. В. Роль туризма в ускорении социально-экономических процессов в регионе (на пути к инновационному этапу развития Республики Карелия // Стратегия инновационного развития регионов Северо-Запада России: опыт и проблемы (сборник научных трудов). В 2 частях: часть 2. – СПб.: Издательство Санкт-Петербургской академии управления и экономики, 2009.

Общее количество организованных туристов с достаточной степенью точности описывается зависимостью:

$$y = 0,0336x + 0,2025; \quad R^2 = 0,8886 \quad (2)$$

Где: y – общее количество организованных туристов РК;
 x – время (2000 г. равен 1).

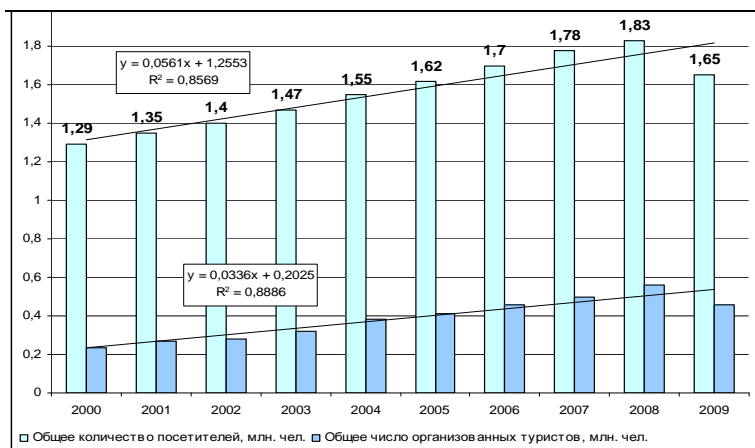


Рис. 1. Динамика общего количества посетителей Карелии с туристскими целями и числа организованных туристов за период 2000-2009 гг.
 * – за 2009 г. приведены данные предварительных расчетов

Второй особенностью является неравномерность распределения туристского потока по туристским центрам Республики Карелия. Основная туристская нагрузка приходится на два таких туристских центра, как Центр и Северное Приладожье. Наибольшую нагрузку с силу объективных причин испытывают туристские объекты, представляющие собой «туристскую карточку» Карелии: историко-этнографический и архитектурный музей-заповедник «Кижы» и архитектурно-природный комплекс Валаамского архипелага (рис. 2).

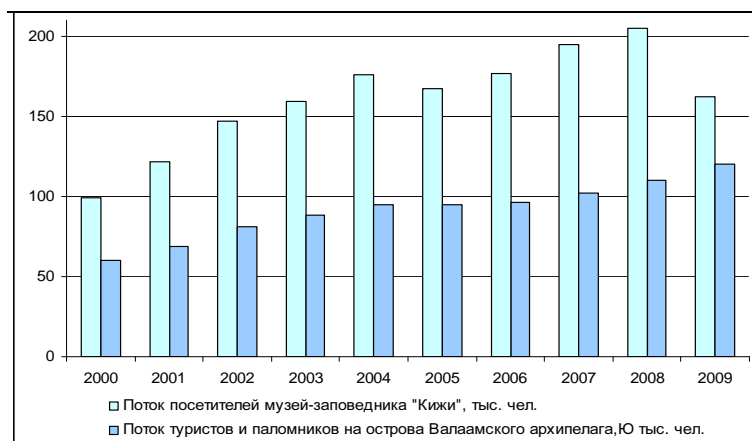


Рис. 2. Динамика общего количества посетителей туристских объектов Республики Карелия за период 2000-2009 гг.
 * – за 2009 г. приведены данные предварительных расчетов

Однако следует подчеркнуть, что поток туристов на эти туристские объекты превышает величину предельной рекреационной нагрузки, составляющей для музея-заповедника «Кижы» и островов Валаамского архипелага 130 тыс. чел. и 90,5 тыс. чел. соответственно². Во избежание негативных изменений, которые могут быть вызваны постоянным превышением данного показателя необходимо предложение других уникальных объектов (на государственном учете находится 1,5 тыс. памятников истории и культуры и др.) посетителям, пребывающим с туристскими целями в республику. Подтверждением тому является увеличение количе-

² Карелия официальная. Официальный портал органов государственной власти Республики Карелия [Электронный ресурс] – Режим доступа. – <http://www.gov.karelia.ru/>

ства посетителей в 2009 г. по сравнению с показателями 2008 г. на такие объекты, как Национальные парки «Паанаярви» и «Водлозерский», а также заповедника «Кивач», горный парк «Рускеала» и зоокомплекс «Карелия Интер» на 7 %, 22 % и 3 % соответственно³. Следует выделить, что в настоящее время в республике происходит переориентация объективно сокращающихся туристских потоков на более привлекательные туристские направления и увеличение спроса на уникальные высококачественные туристские продукты (подледный дайвинг, снежные сафари, посещение Горного парка «Рускеала», рафтинг и др.)⁴.

К третьей особенности динамики туристского потока в Республику Карелия следует отнести ярко выраженную сезонность. В настоящее время основная деятельность организаций, занимающихся приемом туристов, приходится на летний период времени с небольшим пиком активности в новогодние и рождественские праздники⁵.

К четвертой особенности развития туризма в регионе следует отнести опережение темпов роста числа организованных туристов над темпами роста общего количества посетителей республики. Так, рост общего количества организованных туристов за период 2000-2008 гг. опережает увеличение общего количества посетителей республики с туристскими целями в 1,7 раза, за период 2000-2009 гг. – 1,5.

Впервые за исследуемый период 2000-2009 гг. произошло снижение общего количества посетителей республики с туристскими целями. В 2009 г. данный показатель по сравнению с 2008 г. снизился на 9,8 %. Кроме того, в 2009 г. произошло сокращение количественного показателя числа организованных туристов на 18,3 % по сравнению с величиной 2008 г. и приближения к величине 2006 г.

Однако при объективно обусловленном снижении данных показателей следует подчеркнуть положительный факт не пропорциональности их уменьшения. Разница в объемах снижения данных показателей составляет 77,5 тыс. чел.: снижение общего числа организованных туристов и общего числа посетителей Республики Карелия с туристскими целями составляет соответственно 180 тыс. чел. и 102,5 тыс. чел. Таким образом, снижение общего числа посетителей республики произошло за счет сокращения числа неорганизованных туристов. Это обстоятельство подчеркивает положительную динамику развития туристского бизнеса в республике и характеризует данный рынок как перспективный.

За исследуемый период 2000-2009 гг. доля организованных туристов в общем количестве посетителей Республики Карелия возросла в 1,5 раза, что составляет 151 % прироста данного показателя (2000 г. – 18,4 %, 2009 г. – 27,7 %⁶). Динамика данного показателя характеризуется тенденцией роста (1993 г. – 154 тыс. чел., 2000 г. – 237 тыс. чел., 2009 г. – 457,5 тыс. чел.). Однако при этом сохраняется низкая доля организованных туристов в республике, что может привести к негативным изменениям в социальной среде, окружающей среде и местной культуре.

Исследование структуры посетителей Карелии по принадлежности гражданству и динамике общего числа позволило выявить **пятую особенность** развития туристского бизнеса в регионе (рис. 3). **Увеличение общего количества посетителей Республики Карелия осуществляется за счет роста числа внутренних туристов.**

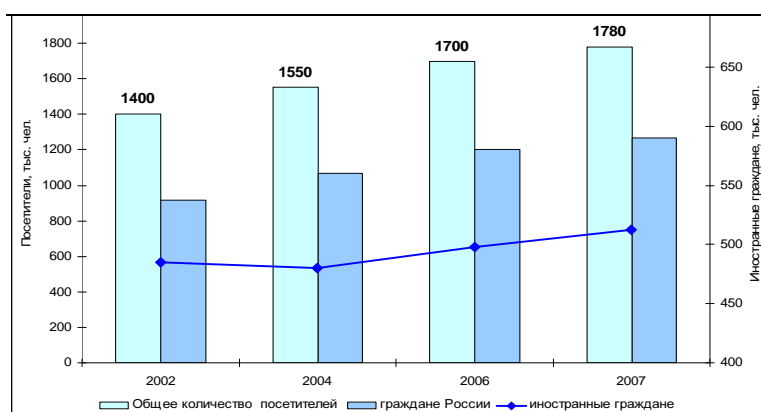


Рис. 3. Динамика общего числа посетителей Республики Карелия и структуры посетителей по принадлежности гражданству

³ Там же.

⁴ Громов В. В. Особенности управления развитием туризма в приграничном регионе в условиях кризиса// Северные туристские дестинации как доминанта развития туризма Северо-Западного региона. Труды II международной научно-практической конференции Петрозаводск: Издательство Карельского научного центра РАН, 2009.

⁵ Громов В. В. Воздействие туризма на развитие региона. Петрозаводск: Скандинавия, 2003.

⁶ Карелия официальная. Официальный портал органов государственной власти Республики Карелия [Электронный ресурс] – Режим доступа. – <http://www.gov.karelia.ru/>

Исследование структуры посетителей республики по принадлежности гражданству выявляет доминирующую долю российских граждан в общем туристском потоке Карелии (более 65 %). За исследуемый период численность российских граждан в общем количестве посетителей Карелии возросла на 40 %, количества прибывающих в республику граждане из стран СНГ и дальнего зарубежья увеличилось незначительно (около 5 %).

Следует подчеркнуть, что тенденция увеличения числа российских организованных туристов в Карелии прослеживается с 1998 г. За последние 16 лет (1993-2009 гг.) произошло увеличение числа организованных туристов в три раза (рис.4)⁷.

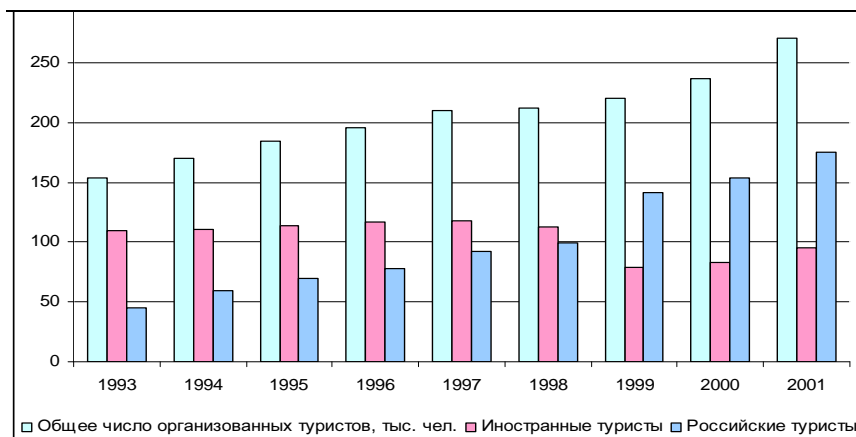


Рис. 4. Динамика общего количества организованных туристов Республики Карелия за период 1993-2001 гг.

За период 1993-2001 гг. четко прослеживается изменение структуры организованных туристов Республики Карелия по принадлежности гражданству: увеличение числа российских туристов и снижение количества иностранных. Однако следует подчеркнуть, что снижение количества иностранных организованных туристов в период 1993-2001 гг. произошло лишь на 13 %. Увеличение российских организованных туристов за аналогичный период произошло в 4 раза. Переломным моментом можно считать 1998 г., когда численность иностранных и российских организованных туристов составила 112,36 тыс. чел. и 99,64 тыс. чел. соответственно. Проведенные ранее исследования по выявлению влияния туризма на социально-экономическое развитие Республики Карелия аналогично определяют в качестве переломного периода в развитии туризма в регионе 1998 г. Именно с этого периода туризм в республике начинает приобретать цивилизованные формы развития, постоянно растет в качественном и количественном отношении, а его влияние на ВРП Республики Карелия с достаточной степенью точности моделируется. Туризм как сфера бизнеса начинает нуждаться в стратегическом планировании и управлении процессом его развития со стороны территориальных властей⁸.

Выявленные особенности свидетельствуют о повышении интереса российских граждан к внутреннему туризму и в частности к туристско-рекреационному потенциалу Республики Карелия. Следует подчеркнуть, что в последние годы в России наметилась тенденция роста числа внутренних туристов, что свидетельствует об активизации внутреннего туристского рынка страны. Так количество внутренних российских туристов в период с 2005-2009 гг. (прогнозный показатель) увеличилось на 40 %, что в количественном выражении составляет 9,7 млн чел.⁹.

Кроме того, наряду с увеличением потока российских туристов в Карелию наблюдается изменение целей посещения ими территории республики. Исследование распределения граждан России, воспользовавшихся услугами гостиничных предприятий, по целям посещения республики выявляют *шестую особенность* развития туризма – *изменение целей посещения гражданами РФ Республики Карелия* (рис. 5).

У российских граждан, воспользовавшихся услугами гостиничных предприятий республики, наблюдается тенденция снижения деловых, профессиональных целей посещения Карелии в сторону усиления интереса к культурно-познавательному, событийному и пр. видам туризма (досуг, рекреация, отдых). Кроме того, увеличение числа российских посетителей в республику и смещение их интереса в сторону

⁷ Громов В.В. Воздействие туризма на развитие региона. Петрозаводск: Скандинавия, 2003.

⁸ Степанова С. В. Роль туризма в ускорении социально-экономических процессов в регионе (на пути к инновационному этапу развития Республики Карелия // Стратегия инновационного развития регионов Северо-Запада России: опыт и проблемы (сборник научных трудов). В 2 частях: часть 2. – СПб.: Издательство Санкт-Петербургской академии управления и экономики, 2009.

⁹ Официальный сайт Федерального агентства по туризму РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа. - www.russiatourism.ru

рекреации и отдыха свидетельствует о повышении туристского имиджа Карелии на внутреннем туристском рынке страны.

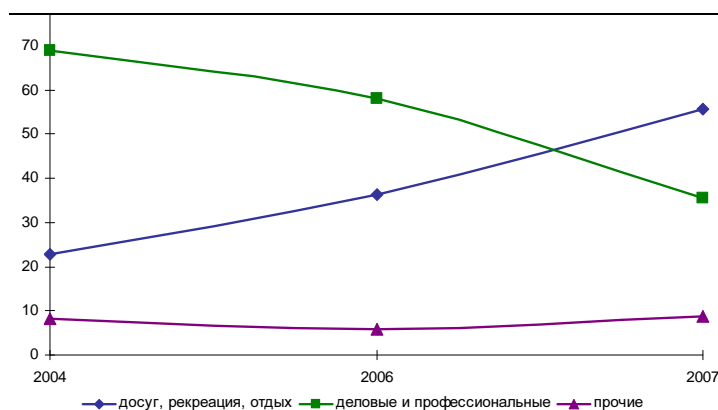


Рис. 5. Динамика распределения российских граждан, воспользовавшихся услугами гостиничных предприятий, по целям посещения Республики Карелия

За исследуемый период 2000-2009 гг. доля иностранных граждан в общем туристском потоке в республику в среднем составляет около 30 %. Таким образом, к *седьмой особенности* развития туризма в республике можно отнести *сохранение устойчивого интереса к туристско-рекреационному потенциалу региона со стороны иностранных граждан*.

Кроме того, сохранение интереса подтверждается исследованием распределения иностранных граждан, воспользовавшихся услугами гостиничных предприятий по целям посещения Республики Карелия (рис. 6).

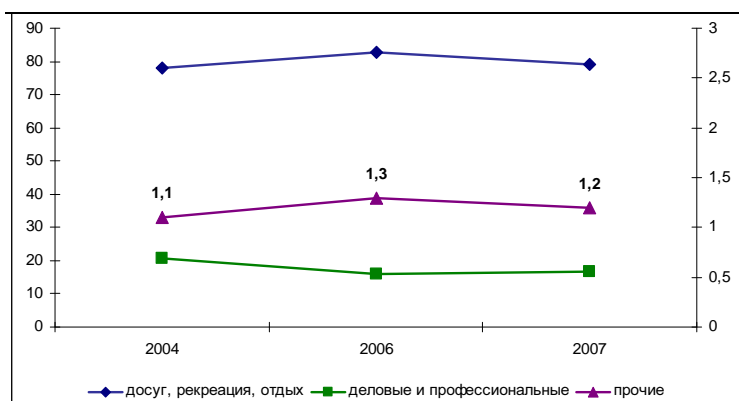


Рис. 6. Динамика распределения иностранных граждан, воспользовавшихся услугами гостиничных предприятий, по целям посещения Республики Карелия

Исследование распределения иностранных граждан, воспользовавшихся услугами гостиниц, по целям посещения выявляют устойчивую тенденцию интересов к Республике Карелия (досуг, рекреация, отдых – более 78 %, деловые и профессиональные цели в среднем 18 %, прочие – 1,2 %).

Исследование динамики показателей развития туристской сферы бизнеса за период 2000-2009 гг. (по некоторым показателям 1993-2001 гг.) позволило выявить региональные особенности развития туризма на территории Республики Карелия. К основным особенностям следует отнести такие, как сезонность, повышение интереса российских туристов и сохранение интереса иностранных граждан к туристско-рекреационному потенциалу республики, опережение темпов роста числа организованных туристов по сравнению с темпами роста общего количества посетителей Карелии с туристскими целями. Выявленные особенности свидетельствуют о динамичном развитии туризма как сферы бизнеса на территории Республики Карелия и необходимости дальнейшего управления процессом его развития в регионе.

СОВРЕМЕННЫЕ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫМИ ТУРИСТСКО-ГОСТИНИЧНЫМИ КОМПЛЕКСАМИ

В статье рассмотрены вопросы, касающиеся многофункциональных туристско-гостиничных комплексов. Приведено определение данного понятия. Рассмотрены основные модели построения системы управления МТГК. Проведена комплексная оценка эффективности функционирования данных моделей. На основе проведенного анализа выделены основные принципы формирования систем управления МТГК.

Surova S.A. The Modern Models of Management for the Multifunctional Tourist-Hotel Complexes

The matters concerning the multifunctional tourist-hotel complexes are examined in the article. The definition of the given term is specified. The main models of construction of the management system for the MTHC are analyzed. The complex estimation of efficiency of functioning of the given models has been made. Based on the carried out analysis, the main principles for forming of the management systems for the MTHC are specified.

В последнее время строительство различного рода многофункциональных комплексов становится все более популярным. Этот формат застройки используется и в строительстве жилья, и торговых комплексов, становятся популярными многофункциональные комплексы в индустрии гостеприимства.

Согласно классификации Urban Land Institute, многофункциональный комплекс, или как его еще называют mixed-use – это «проект, который получает доход от трех и более функциональных назначений, имеющих независимый спрос».

Многофункциональность помогает снизить риски за счет распределения их между несколькими составляющими, а также позволяет надеяться на то, что посетители и арендаторы одной части комплекса могут составить аудиторию и другой его функциональной части.

В основе идеи создания многофункциональных комплексов лежит именно экономическая целесообразность. Кроме этого нельзя исключать и максимальное использование потенциала отведенного участка земли. При строительстве многофункционального комплекса на небольшом участке земли можно извлечь большую прибыль, чем при строительстве одиночного объекта. Это связано с тем, что привлекательность каждого элемента комплекса повышает привлекательность остальных элементов. Наполнение МК определяется в зависимости от места его расположения, существующей инфраструктуры и массы других факторов.

Однако, объединяя в себе несколько направлений, такого рода комплексы имеют доминирующую функцию, которая четко выделяется среди всех имеющихся в данном комплексе. Эта функция зависит от назначения комплекса. Для многофункциональных туристско-гостиничных комплексов доминирующей функцией можно считать проживание, то есть гостиничные услуги. Именно это направление МТГК занимает максимальный объем комплекса и зачастую является базой для всех остальных составляющих.

Таким образом, базируясь на вышеописанных особенностях многофункциональных комплексов и приведенном определении, можно обозначить понятие Многофункционального Туристско-Гостиничного комплекса.

Многофункциональный Туристско-Гостиничный Комплекс – это проект, основной функцией которого является предоставление гостиничных услуг, остальные предприятия, входящие в комплекс также принадлежат к индустрии туризма, и спрос на их услуги независим от спроса на услуги гостиницы. То есть предприятия, входящие в комплекс, могут обслуживать не только клиентов гостиницы, но и других потребителей.

Нельзя сказать, что предприятия, входящие в МТГК имеют совсем независимый спрос. Все же, в отличие от торговых или жилых многофункциональных комплексов, все они принадлежат к одной индустрии – индустрии туризма. Поэтому скорее их спрос дополняет друг друга. Таким образом, достигается синергетический эффект. Именно достижение этого эффекта и является основной идеей строительства подобных комплексов.

Для того, чтобы был достигнут синергетический эффект и для повышения эффективности деятельности комплекса в целом и каждого предприятия, входящего в него, в отдельности, необходимо чтобы была разработана единая концепция функционирования комплекса. На основании общей концепции должна быть разработана единая стратегия для всего комплекса. Кроме единой концепции и стратегии необходимо разработать и единую маркетинговую политику. Также для достижения единообразия обслуживания клиентов на территории комплекса необходимо разработать единые стандарты качества обслуживания посетителей. Только при выполнении всех этих требований будет достигнут синергетический эффект и деятельность комплекса будет эффективной.

Кроме гостиниц, являющихся МТГК, на практике существуют и другие комплексы, для которых гостиничная функция является не единственной основной. Такие комплексы стали развиваться в последнее время. Среди существующих форм организации совместной деятельности предприятий, формирующих МТГК, можно выделить несколько моделей кооперации различных компаний – участниц комплекса.

Первая модель, к которой можно отнести и чисто гостиницы, представляет собой модель, в которой присутствует один собственник бизнеса, заключающий договор с Управляющей компанией, которая органи-

зует деятельность, а также осуществляет контроль и управление всеми предприятиями, входящими в МТГК. Такую модель назовем «Моделью единого собственника». Схематично она представлена на рисунке 1.

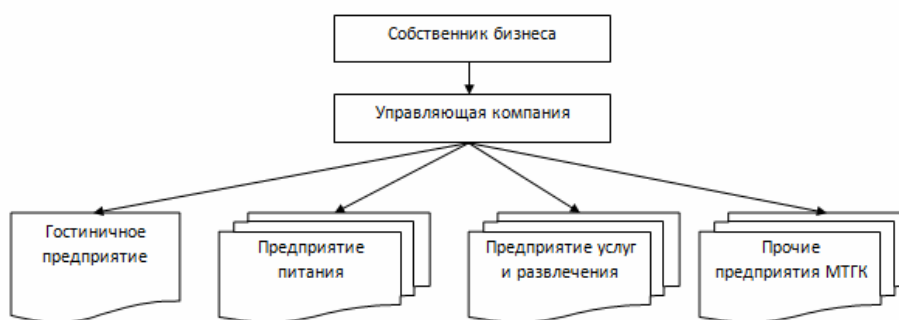


Рис. 1. Модель формирования системы управления МТГК – «Модель единого собственника»

Противоположностью «Модели единого собственника» может считаться «Модель стратегического партнерства» (рис. 2). В ней все предприятия, формирующие МТГК, принадлежат разным собственникам. Но все они объединены общим Долгосрочным договором стратегического сотрудничества (партнерства).

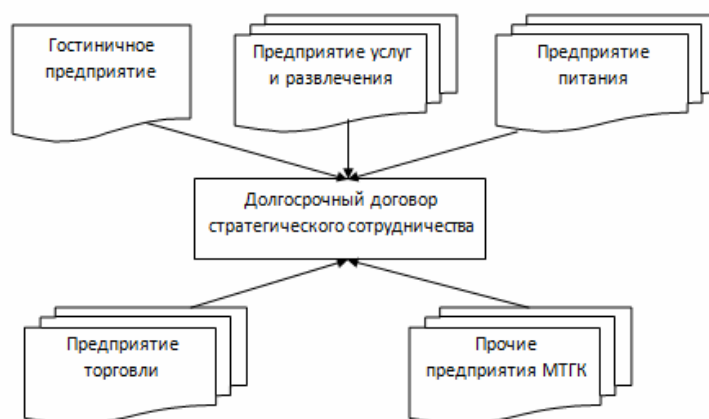


Рис. 2. Модель формирования системы управления МТГК – «Модель стратегического партнерства»

Кроме этих двух, на рынке имеет место и третья модель кооперирования предприятий, входящих в МТГК – «Смешанная модель». В ней объединились оба принципа формирования двух предыдущих моделей. То есть часть предприятий относятся к единому владельцу, а остальные предприятия функционируют на основании Долгосрочного Договора о стратегическом сотрудничестве (или на правах аренды). Такая модель чаще всего встречается при формировании системы управления МТГК (рис. 3).



Рис. 3. Модель формирования системы управления МТГК – «Смешанная модель»

Третья модель организации МТГК является самой распространенной среди существующих комплексов. Причем данная тенденция характерна не только для туристско-гостиничных, но и для других многофункциональных комплексов.

Для того чтобы сравнить данные модели и выявить преимущества и недостатки каждой из них, оценим эти три модели по некоторым параметрам (табл. 1).

Для того чтобы оценить каждую из представленных моделей, введем весовые коэффициенты для каждого параметра и оценим каждую модель по каждому из параметров по пятибалльной шкале. В результате мы получим средневзвешенные оценки эффективности организации деятельности всех трех моделей.

Таблица 1

Сравнительная характеристика моделей формирования МТГК по различным аспектам деятельности

№ п/п	Показатель	Весовой коэффициент	«Модель единого собственника»		«Модель стратегического партнерства»		«Смешанная модель»	
			Балл	Взвеш. оценка	Балл	Взвеш. оценка	Балл	Взвеш. оценка
1.	Финансовая независимость 0,07		1	0,07	5	0,35	3	0,21
2.	Объем финансовых ресурсов 0,15		5	0,75	2	0,3	4	0,6
3.	Эффективность управления бизнесом 0,17		4	0,68	2	0,34	5	0,85
4.	Выполнение корпоративных стандартов 0,08		5	0,4	2	0,16	3	0,24
5.	Контроль качества 0,09		5	0,45	1	0,09	3	0,27
6.	Продолжительность жизненного цикла 0,13		3	0,39	5	0,65	4	0,52
7.	Инвестиционная привлекательность 0,11		5	0,55	2	0,22	4	0,44
8.	Эффективность деятельности МТГК 0,2		4	0,8	3	0,6	5	1
9.	ИТОГО:	1 32		4,09	22	2,71 31		4,13

Как видно по результатам, представленным в таблице 1, первым по приоритетности стоит эффективность деятельности всего МТГК. Максимальную оценку получила «Смешанная модель», так как в руках собственника, как правило, находятся наиболее доходные предприятия, входящие в комплекс, остальные предприятия функционируют на правах аренды. На втором месте по данному критерию находится «Модель единого собственника». На самом деле, если все составляющие комплекса находятся под единым руководством, с одной стороны, легче контролировать как расходы, так и доходы, с другой стороны ограниченность финансовых ресурсов влияет на развитие комплекса и соответственно на эффективность его деятельности. По данному параметру «Модель стратегического партнерства» находится на третьем месте – все предприятия имеют разных владельцев, отношение к нормам прибыльности бизнеса которых могут очень сильно различаться. Кроме этого, отрасли, к которым относятся предприятия, формирующие комплекс, также в свою очередь накладывают отпечаток на уровень эффективности деятельности каждого предприятия в отдельности и комплекса в целом.

Вторым по важности критерием является эффективность управления комплекса. Здесь опять наивысшую оценку получает «смешанная модель». Это также связано со спецификой организации управления данной модели. Все внимание управляющей компании концентрируется на основных функциональных предприятиях комплекса, что и приводит к наибольшей эффективности управления комплекса в целом. На втором месте, также как и по предыдущему параметру, оказалась «Модель единого собственника». Негативно на оценку эффективности управления влияет «эффект масштаба». «Модель стратегического партнерства» имеет оценку 2 балла. Это связано также с тем, что каждое предприятие имеет собственное руководство, взгляды на построение системы управления которых могут различаться, кроме того, иногда могут быть диаметрально противоположны.

Следующим по важности является параметр объема финансовых ресурсов, имеющихся в распоряжении МТГК. По этому параметру первое место занимает «Модель единого собственника». Это связано с тем, что весь комплекс имеет единую финансовую систему и возможность мобилизации финансовых ресурсов для реализации какого-либо управленческого решения достаточно высока. На втором месте оказалась «Смешанная модель». Снизило оценку только то, что масштабы, находящиеся под управлением одной управляющей компании немного меньше, чем у «Модели единого собственника». Поэтому для решения концептуальных для комплекса задач возможности мобилизации финансовых ресурсов немного меньше, чем у предыдущей модели. Что касается третьей модели – «Модели стратегического партнерства», то в связи с тем, что каждое предприятие является отдельным предприятием с отдельной финансовой системой, то для решения общих задач возможность аккумуляции финансовых ресурсов весьма мала. Именно этот факт и повлиял на оценку по данному фактору – 2 балла.

Четвертым по приоритетности параметром стала продолжительность жизненного цикла комплекса в целом. Оценки распределились следующим образом: высшую оценку получила «Модель стратегического партнерства», так как все предприятия, формирующие комплекс, имеют различную продолжительность жизненного цикла, следовательно, для всего комплекса период от стадии зарождения до спада дос-

таточно длителен. Меньше всего баллов набрала «Модель единого собственника». Это связано с тем, что в основном все предприятия, чьи системы управления организованы на основе данной модели, ориентированы на обслуживание одних и тех же клиентов, то есть весь комплекс предоставляемых клиентам услуг можно условно считать за одну комплексную услугу. Этот факт и уменьшает продолжительность жизненного цикла МТГК в целом. На втором месте оказалась «Смешанная модель», так как в ней присутствуют как положительные черты, присущие «Модели стратегического партнерства» – присутствие независимых предприятий, так и отрицательные черты «Модели единого собственника» – концентрация основного бизнеса в одних руках.

Следующий по важности параметр – инвестиционная привлекательность. На первом месте – «Модель единого собственника». Такой результат связан с тем, что для инвесторов более привлекательным является более крупное предприятие, находящиеся в руках одного владельца, чем другие виды предприятий. На втором месте – «Смешанная модель». Это также связано с тем, что основная часть бизнеса находится все-таки у одного владельца. И на третьем месте с оценкой 2 балла – «Модель стратегического партнерства». Эти предприятия являются наименее инвестиционно привлекательными.

Следующим критерием по важности является контроль качества оказываемых комплексом услуг. По этому критерию на первом месте находится «Модель единого собственника». Это вполне закономерно, так как при едином руководстве есть возможность создания единых стандартов качества. На втором месте – «Смешанная модель». На снижение оценки влияет наличие предприятий – участников МТГК, не принадлежащих основному владельцу. На этих предприятиях могут быть свои системы качества, либо вообще они могут отсутствовать. На третьем месте с оценкой 1 балл – «Модель стратегического партнерства». Это объясняется тем, что на разных предприятиях, принадлежащих разным владельцам, могут присутствовать различные системы оценки качества, кроме этого, они также могут отсутствовать. Это является причиной того, что разработать и принять единую систему оценки качества всего комплекса в целом достаточно сложно.

Следующий критерий взаимосвязан с предыдущим. Это уровень выполнения корпоративных стандартов. На первом месте с оценкой 5 баллов «Модель единого собственника», на втором с оценкой 3 балла «Смешанная модель», на третьем с оценкой 2 балла – «Модель стратегического партнерства».

Последним критерием, по которому были оценены модели построения системы управления МТГК – уровень финансовой независимости отдельных предприятий, входящих в МТГК. На первом месте «Модель стратегического партнерства». Это вполне объяснимо, так как каждое предприятие принадлежит разным владельцам и финансово независимо друг от друга. На втором месте с оценкой 3 балла – «Смешанная модель». На последнем месте с оценкой 1 балл – «Модель единого собственника». Предприятия, входящие в комплекс, управление которым находится в единых руках, имеют общую финансовую систему и естественно финансово зависимы друг от друга.

Как видно из таблицы, большую средневзвешенную оценку – 4,13 балла – получила третья модель – «Смешанная модель». Немного ей уступила «Модель единого собственника». И на последнем месте оказалась «Модель стратегического партнерства. Действительно, разрозненность не только систем управления отдельными предприятиями, входящими в комплекс, но и финансовых систем, систем управления качеством, а также систем формирования корпоративных стандартов, делает «Модель стратегического партнерства» неконкурентоспособной по сравнению с другими моделями. И это не смотря на то, что продолжительность жизненного цикла для данной модели самая высокая.

В ближайшие годы Российский туристско-гостиничный рынок ожидает бум строительства новых МТГК среднего и высокого класса. Прогнозируется строительство МТГК не только в Москве, но и в других регионах Российской Федерации. При этом принципы создания новых туристско-гостиничных комплексов будут базироваться на трех важнейших составляющих. Первая из них – строительство МТГК на базе реализации концепции «интеллектуального здания», где все без исключения процессы жизнедеятельности, а также процедуры обслуживания будут максимально автоматизированы и управляемы централизованно при использовании самых современных информационных технологий. Вторая составляющая будет реализована в области обучения, привлечения, развития и удержания ключевого квалифицированного персонала, а также осуществления управления на основе активного участия всех сотрудников – от генерального директора до швейцара – в деятельности туристско-гостиничного комплекса.

И, наконец, третья составляющая будет заключаться в использовании на практике и дальнейшем развитии новейших разработок и технологий современного туристско-гостиничного менеджмента. Очевидно, что именно технологии управления, подобные представленным выше, сейчас начинают активно использоваться. Именно они в ближайшем будущем обеспечат рост конкурентоспособности российского менеджмента и развитие отечественных туристско-гостиничных сетей, а также управляющих и консалтинговых компаний на туристско-гостиничном рынке Российской Федерации.

КОЛЛАБОРАТИВНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

В статье рассмотрено использование современных методов коллаборативного и коммуникативного планирования в развитии туристической деятельности на региональном уровне. Приводится обзор публикаций по указанным направлениям, предлагается развитие коллаборативного подхода за счет использования информационно-коммуникативных технологий.

Sukharev M.V. The Collaborative Planning of Tourism in a Region

In the article, the modern methods for the collaborative and the communicative planning in development of the tourist activity at a regional level are studied. The review of publications on the specified directions is given, and development of collaborative approach by information-communicative technologies is offered.

Коллаборативное планирование

Коллаборативное (основанное на сотрудничестве) планирование (КП) – сравнительно новое направление в науке управления. Суть концепции состоит в использовании и развитии сотрудничества (collaboration) при разработке планов развития между всеми субъектами (индивидами и организациями), интересы которых будут затронуты при реализации плана (стейкхолдерами). В значительной степени пересекающееся направление – коммуникативное планирование. В нем основное внимание уделяется развитию коммуникации между участниками команды, ведущей планирование (например, региональным правительством), и стейкхолдерами (населением, экологическими организациями, бизнесменами). Естественно, коммуникация играет принципиальную роль в сотрудничестве. Ранние публикации по теме относятся к 1990-м годам^{1,2,3}. Имеется целый ряд близких и пересекающихся направлений, смысл которых, в конечном счете, сводится к использованию коллективного интеллекта регионального сообщества при создании планов развития. В их число следует внести социальные системы поддержки принятия решений (SDSS)⁴ и ориентированные на сообщество геоинформационные системы CoGIS⁵.

В 1990-е и 2000-е годы, в связи с развитием Интернет, во все большей степени начинают разрабатываться технологии коммуникативного планирования, основанные на использовании информационно-коммуникационных технологий (ИКТ).

Если процесс планирования и принятия решений достаточно сложный, то он по необходимости включает множество людей и организаций, имеющих разнообразные, часто противоречивые, интересы. Вот пример, который привел на семинаре в нашем институте профессор Оле Линдквист из Исландии. В результате многочисленных посещений туристические объекты требуют определенного ухода, на что требуются средства. Дорого стоит и обустройство туристической инфраструктуры. Поэтому в Исландии обсуждается вопрос о введении платы за туристическое посещение. Но каким образом вводить эту плату? Ее могут собирать или правительство страны «за въезд», или власти территорий, или хозяева объектов.

Как принять решение демократическим путем, устраивающим всех (абсолютное большинство) заинтересованных, а не силовым путем «сверху вниз»? Ведь туризм обычно связан с посещением не одного, а многих объектов, принадлежащих разным собственникам. Что получится, если одни станут мешать другим? В условиях войны за клиентов они могут потерять клиентов вообще.

Вот, например, конкретная проблема – есть водопад, посмотреть на который возят туристов. Река, водопад не являются частной собственностью. Но посмотреть на него можно только с берега, с земли, которая принадлежит разным хозяевам. Туристические компании могут договориться и с хозяином правого берега, и левого. Поэтому каждому из них приходится ориентироваться на цены, установленные другим – если он потребует слишком много, все поедут на другой берег. Но, если всю плату будут получать только владельцы территорий, без финансирования останется туристическая инфраструктура – улучшение дорог, обустройство стоянок, благоустройство городов. Туркомпании, которые приводят туристов на территорию, будут против того, чтобы все доходы доставались владельцам земли. С другой стороны, если въездную плату будет взимать правительство, у людей возникает вопрос, насколько эффективно будут использоваться эти деньги.

Для простых жителей, не занятых в туристической деятельности, увеличение потока туристов означает перегруженность магазинов, дорог, общественных мест, сферы услуг (достаточно посмотреть на фин-

¹ Innes, J. E. (1995) Planning Theory's Emerging Paradigm: Communicative Action and Interactive Practice, Journal of Planning Education and Research, Vol. 14, No. 3, pp. 183-190.

² David Kolbus, et. al. A multi-client study in Collaborative Technology Environments, SRI International, 1992-93.

³ Keith D Swenson, The Future of Workflow: Collaborative Planning, Proceedings of the Groupware 94 conference, San Jose, The Conference Group, Scottsdale, AZ, August 1994.

⁴ Turoff, M., Hiltz, S.R., Cho, H-K., Li, Z., Wang, Y. Social Decision Support Systems (SDSS) // Proceedings of the 35th Hawaii International Conference on System Sciences – 2002.

⁵ Yigitcanlar, T. Augmenting competitiveness of cities through tourism planning: the role of collaborative decision support systems. In: Proceedings of the Cities as Creative Spaces for Cultural Tourism Conference, 19-21 November 2009, Boğaziçi University, Istanbul.

скую Лаппенранту в выходные дни). С другой стороны, туристы – это поступления в бюджет городов и страны, позволяющие увеличивать расходы правительства, не повышая налоговую нагрузку на резидентов – но далеко не каждый житель ясно это понимает.

Вот еще один пример. В Долине Робсона (Канада) лесная промышленность переживает трудности, падает занятость⁶. В то же время быстро растет природный туризм, ряд людей, потерявших работу в лесозаготовке, переквалифицировались на туризм. Вроде бы, хорошо для локального сообщества в целом. Но требования к сохранности окружающей среды, предъявляемые туризмом, мешают лесозаготовителям. Притом из-за старых связей лесозаготовителей с местными властями они не очень стремятся развивать туризм.

Поиск равновесия в этих и многих других случаях представляет собой сложную проблему. Коллаборативное (коммуникативное) планирование представляют собой специальную технику, предназначенную для поиска общественного согласия в таких сложных случаях.

Разберем особенности этой технологии. Она основана на всестороннем обсуждении проблем и путей их решения, в которое должны быть вовлечены все заинтересованные стороны. Это обсуждение может быть организовано или в виде серии семинаров, конференций, мозговых штурмов, или (в новейшем варианте) в виде интернет-порталов, форумов, голосований, электронного обучения участников. Профессор Джудит Иннес из США важнейшее значение придает построению консенсуса. Она пишет: *«Построение консенсуса относится к долговременному, межличностному (face-to-face) групповому процессу, который включает ключевых стейкхолдеров, включает представителей общественных организаций, групп интересов, территориальных властей, действующих в поиске общей почвы. Методы обсуждения основываются на посреднических (mediation) и переговорных технологиях, но построение консенсуса, как мы убедились, шире и дальновиднее, нежели обычное разрешение конфликтов. Группы создаются для подготовки законодательства, политики, планов, руководящих принципов, и стратегий реализации, а не просто для разрешения конфликтов»*⁷.

Целый ряд (четырнадцать) примеров практического применения КП для разработки планов развития нескольких штатов США помогли сформулировать набор правил, которым нужно следовать. Вот список основных правил проведения КП, приведенных в цитированной работе, несколько сокращенный и адаптированный к условиям России:

- Требуется, чтобы процесс КП был официально утвержден региональными (местными) властями или авторитетной общественной организацией.
- Необходим высокий уровень доверия между участниками КП, иначе люди не станут тратить время и энергию на обсуждение и разработку предложений.
- Участники должны быть уверены в том, что достигнутые соглашения и разработанный план наверняка будет реализован, что разработанный план не будет искажен властями до неузнаваемости.
- В процесс необходимо включить все заинтересованные стороны, иначе стейкхолдеры, интересы которых проигнорировали, могут заблокировать реализацию плана.
- Хотя участники КП исходно предполагают, что знают стоящие перед ними проблемы, но в действительности в начале процесса необходимо уделить достаточное время для выявления и точного определения природы и границ настоящих проблем.
- Важно, чтобы в состав участников входили представители локальных властей, академические специалисты в роли модераторов, местные активисты, представители бизнеса и общественных организаций, эксперты по обсуждаемым вопросам.
- Построение консенсуса занимает продолжительное время, в половине реальных случаев это был целый год.
- В ходе планирования создаются специальные группы для решения сложных вопросов.
- В процессе КП участники не остаются неизменными, они начинают лучше понимать позиции других участников, получают важные знания по обсуждаемым проблемам от приглашенных экспертов, учатся разрешать противоречия и находить решения, вместе с решением проблем происходит обучение участников.
- Лидерство и творческая энергия персонала имеют важное значение для успешного достижения консенсуса, но слишком сильное вмешательство персонала может помешать важному для группы ощущению «права собственности» на ведение процесса и его результаты.

Б. Голдштейн⁸ описывает, как устаревшую альтернативу коллаборативному планированию т.н. «всеобъемлющий рациональный подход к планированию» (The Comprehensive Rational Planning Approach to Planning). Суть этого подхода включает неявное предположение о том, что наилучший план развития может быть скалькулирован специалистами однозначно и безошибочно. В рамках такого подхода учитывать мнения и желания населения нет смысла; «специалисты все равно знают все лучше». Этот подход достиг апогея в США в

⁶ Watchorn, E.M. Collaborative planning and tourism: a case study of the Robson Valley land & resource management planning process. Thesis for master degree. The University of British Columbia, 1998.

⁷ Innes, J. E. Planning Theory's Emerging Paradigm: Communicative Action and Interactive Practice. p. vii.

⁸ Goldstein, B. How Communicative Planning Can Help Counties Reduce the Impact of Land Use Change on Biodiversity, While Other Planning Frameworks Fall Short: A Conceptual Blueprint for the California Biodiversity Project. Электронный документ: режим доступа <http://proceedings.esri.com/library/userconf/proc96/to50/pap036/p36.htm>

1930-х – 1970-х, начиная с «Нового курса» Рузвельта и достиг максимума с развитием и экономического прогнозировании и компьютерных технологий после II мировой войны. Но практика показала, что построенные по этим принципам планы при реализации часто наталкиваются на непреодолимые препятствия, как в силу того, что не были учтены важные факторы, так и в силу нежелания населения жить по этим планам.

Голдштейн так описывает преимущества коммуникативного планирования: *«Коммуникативный подход, в частности, подходит для случаев, в которых ни один отдельный стейкхолдер не может добиться проведения этой политики без согласования с другими, а также в случаях, когда требуется не только решение, но и определение реальной проблемы. Коммуникативный подход преодолевает неполноту политического анализа, используя технологии, развитые в практике посредничества в разрешении конфликтов и альтернативного разрешения споров. Скорее, чем снабжать стейкхолдеров интеллектуальным оружием для их вовлечения в обычные политические войны, коммуникативное планирование стремится свести стейкхолдеров вместе в условиях отсутствия принуждения и доминирования между участниками, равного доступа к информации и представления всех относящихся к делу интересов. При этих условиях люди с различными ценностями и устремлениями могут выстроить общее определение (диагноз) проблемы, так же, как построить базу для взаимопонимания и доверия»*⁹.

Здесь неявно ставится серьезный вопрос – всегда ли экономическому агенту действительно выгодно вступать в процессы коммуникации и сотрудничества с другими агентами? Ответ на этот вопрос выглядит примерно так: если он способен в одиночку реализовать свой план, то он может разработать этот план наилучшим для себя способом. Но, если он при этом серьезно задевает интересы других стейкхолдеров с данной территории, и дело происходит в относительно свободном обществе, они могут заблокировать реализацию разработанного плана самыми различными способами, начиная от судебных исков и кончая организацией протестных акций населения.

В том же, что касается развития местного сообщества в целом, то для него коллаборативное планирование однозначно выгоднее, чем планирование «сверху вниз» (top-down).

Коллаборативное планирование туристической деятельности

Различие в подходах к планированию туризма в России и США отчетливо проявляется в работе¹⁰. Группа исследователей из Вирджинии помогла создать план развития туризма в Юрино (республика Мари-Эл). Они пишут: *«Готовой информации, подходящей для анализа осуществимости (feasibility analysis) в России нет. Исследователи из США привыкли работать в информационно изобильной среде. Множество организаций постоянно опрашивают туристов на локальном, региональном уровнях, на уровне штата. Множество отчетов, ресурсных обзоров и баз данных создают базу для прогнозирования количества посещений и их пространственного распределения. Во многих других странах информация о туристических трендах и мотивации посетителей также имеется в наличии и приемлема по цене для бизнес-стартапов и легкодоступна. В отличие от этого, в России исследования посещений и предпочтений посетителей редко доступны для новых бизнес-проектов, а если есть, то слишком дороги»*.

В качестве одного из средств преодоления недостатка информации они предлагают использовать коллаборативное планирование и несколько более широкую технологию – социальное планирование. *«Проблемы и вопросы, стоящие перед малыми сельскими сообществами в России, в действительности очень похожи на те, что стоят перед малыми сообществами в США. Но имеется значительная разница в средствах, доступных для решения этих вопросов и в уровне профессиональных знаний стейкхолдеров по технологии социального планирования (community-based planning); эти факторы часто непонятны для планировщиков туризма из США. По мере того, как процесс развития туризма неспешно продвигается в Юрино, исследование использования социальных средств развития (community development tools) будет продолжено»* [там же].

Проведение КП и построение консенсуса является длительным и дорогостоящим мероприятием. Люди в течение длительного времени (часто более года) должны собираться для работы в группах. В результате многие начинают выбывать из процесса, качество которого при этом резко снижается, как по причине потери экспертного потенциала, так и из-за падения легитимности решений, принятых не в полном составе. Результаты обсуждений нужно фиксировать. Они записываются на диктофоны, и эти многочасовые записи кто-то должен расшифровывать. Для ознакомления сообщества с набросками планов требуется публикация в местных газетах.

При планировании развития туристической деятельности стороной процесса коммуникации выступает сам турист, который чаще всего находится на значительном расстоянии от мест дестинации. Как узнать его предпочтения, пожелания?

Развитие ИКТ в последние годы создало новые возможности для упрощения КП. Работа¹¹ специально посвящена использованию ИКТ для развития туризма. Авторы пишут: *«Появление Интернета изменило все основные компоненты традиционной сферы туризма. В электронном рынке наших дней эта система долж-*

⁹ Там же, § 6.

¹⁰ Ramthun, R. et al. Heritage tourism development in rural Russia: a case study in collaborative tourism planning in an international setting // Proceedings of the 2009 Northeastern Recreation Research Symposium. Электронный документ: режим доступа http://www.nrs.fs.fed.us/pubs/gtr/gtr_nrs-p66.pdf

¹¹ Scott, N., et al. Helping SMEs Plan and Implement Information and Communication Technology. Australia (Gold Coast, Queensland), CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd, 2010. 82 p., p. 3.

на была пройти «электронный фэйс-лифтинг», чтобы полноценно конкурировать. Путешественник теперь e-исследователь; связь стала e-связью; туристические дестинации должны были вступить во Всемирную Сеть, и даже не связанные с туризмом участники рынка должны были следовать тенденциям электронного туризма для того, чтобы быть в состоянии сотрудничать со своими туристическими партнерами».

Для ведения КП создается интернет-сайт сложной структуры (портал). Он должен соединять в себе основную часть, содержащую базовый набор документов. Это описание местности, посещение которой предлагается туристам. Карты, фотографии, описания достопримечательностей, туристических объектов. История местности, поселений, объектов. Предшествующие планы развития туризма на территории и история их исполнения. Экономические данные туристической деятельности. Транспортные условия, условия проживания.

Эта информация нужна для того, чтобы участники планирования могли составить себе начальное представление об объекте планирования. Это могут быть и потенциальные инвесторы, желающие построить отель, организовать маршрут, предоставить какие-то услуги. Туристы, предполагающие в будущем посетить эту дестинацию, и имеющие какие-то пожелания по организации туризма. Местные предприниматели, бизнес которых связан с туристическим потоком. И местные жители, которым туристы доставляют некоторые неудобства.

Для обсуждения портал снабжается интерактивными службами – электронной почтой, форумами, чатами. Все чаще используются средства проведения телеконференций. Развиваются методы совместной работы, когда участники могут одновременно работать над одним документом. Возникают новые направления, такие, как диаграммы планирования XMind, компьютеризированный шедулинг (контроль за выполнением проектов).

«Социальные медиа-платформы, такие, как Facebook, MySpace, LinkedIn позволяют пользователю связаться с друзьями и единомышленниками, часто в форме интернет-сообществ, и развивать сети, которые могут быть использованы для социальных или деловых целей. Примером этого в индустрии путешествий и туризма является сообщество T-list на Facebook, где профессионалы в сфере Интернет маркетинга, специализирующиеся на индустрии туризма и авиаперевозок, создали группу и обмена идеями, и примерами наилучших практик»¹².

К преимуществам ИКТ-систем планирования следует отнести:

- стейкхолеры могут принимать участие в обсуждениях прямо из своего дома;
- исходная информация, включая базы данных и карты, доступна стейкхолдерам постоянно;
- результаты обсуждений (тексты, звук, видео, графика) поступают в оцифрованном виде, и доступны к воспроизведению и поиску в любое время и из любой точки мира;
- резко снижаются затраты денег и времени на построение консенсуса;
- упрощается вывод результатов КП в СМИ (особенно электронные);
- возможно привлечение экспертов из разных районов и даже стран.

В целом можно констатировать, что технологии планирования туристической деятельности в регионе с использованием коллаборативных технологий на базе ИКТ, являются очень перспективным направлением исследований и практики.

УДК 640.41

Хавронюк С.В.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ КАК ОДНОГО ИЗ СЕГМЕНТОВ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Выявлены проблемы повышения конкурентоспособности средств размещения, проведен анализ развития ранка гостиничных услуг в РФ, а также итоги развития гостиничного бизнеса в Москве в первом квартале текущего года, обоснованы тенденции развития средств размещения в РФ.

Havronyuk S.V. The Tendencies in Development of the Accommodation Facilities as One of the Segments of the Tourism Industry

The problems having an influence upon the increase of competitiveness of the accommodation facilities are revealed in the article. The analysis of development of the hotel services in the Russian Federation has been elaborated. The results of development of the hotel business in Moscow in the first quarter of this year are given. The tendencies in development of the accommodation facilities in the Russian Federation have been well-grounded as well.

Основными задачами в сфере гостиничного бизнеса в настоящее время становится создание конкурентных преимуществ и повышение конкурентоспособности, создание стабильной клиентуры через умение найти своего клиента, поиск и создание новых путей развития, постоянное обновление собственной политики с учетом динамично развивающегося рынка гостиничных услуг. Проблемы повышения конкурентоспособности гостиничного бизнеса в целом и средств размещения в частности укрупнено можно подразделить на следующие:

¹² Scott, N., et.al. Helping SMTEs Plan and Implement Information and Communication Technology. p. 5.

- проведение исследований по формированию принципов управления гостиничным бизнесом в рыночных условиях;
- применение к менеджменту и разработке управленческих решений основных научных подходов (системного, маркетингового, функционального, воспроизводственного, нормативного и др.);
- переработка стандартов ISO серии 9000 по системам качества с целью их увязки с целым – конкурентоспособностью и дополнения такими научными подходами, как маркетинговый, функциональный, воспроизводственный и др., охватывающими большинство аспектов управления;
- ориентация развития гостиничного бизнеса преимущественно на инновационный путь развития и др.

Для оценки конкурентных преимуществ и разработки стратегии повышения конкурентоспособности гостиниц, следует, прежде всего, постоянно проводить мониторинг тенденций развития гостиничного бизнеса. Анализ рынка гостиничных услуг обычно начинается с оценки номерного фонда и уровня загрузки.

В июле 2009 г. агентство DISCOVERY Research Group¹ провело исследование рынка гостиничных услуг в России. Объем российского гостиничного рынка превышает 2,5 млрд долл. США, почти половина рынка приходится на Москву. На данный момент в стране насчитывается 13 тыс. гостиничных номеров, которые соответствуют международным стандартам. 10 тыс. из них находятся в Москве, еще 1,5 тыс. – в Санкт-Петербурге, и всего лишь еще 1,5 тыс. – в других городах России. При этом современный гостиничный рынок российских регионов на 80 % формируется гостиницами старой постройки советской эпохи и нуждается в новых отелях, оборудованных в соответствии с современными требованиями, в основном, класса 3*. За последние 3 года мировая гостиничная отрасль пережила настоящий подъем — загрузка отелей и стоимость размещения заметно выросли, гостиничные компании расширили свое присутствие по всему миру. Быстрыми темпами росла и российская гостиничная отрасль, которая по мировым меркам является слабо развитой. Международные гостиничные сети – InterContinental Hotels Group, Hilton Hotels Corporation, Kempinski Hotels, Marriott International и др. – продолжили экспансию в Москве и Санкт-Петербурге и начали уверенное развитие в регионах. Наконец-то начали появляться российские гостиничные сети, которые в значительной степени заимствовали управленческий опыт у своих зарубежных коллег. Некоторым российским гостиничным сетям даже удалось открыть первые отели за рубежом, причем не только в странах СНГ. Здесь следует упомянуть компанию Heliopark Group, которая в 2008 г. открыла отель Heliopark Bad Hotel Zum Hirsch в Германии (Баден-Баден).

Также в октябре 2008 г. «АЗИМУТ» открыл отели в Мюнхене и Кельне. Однако в конце 2008 – начале 2009 гг. гостиничный бизнес в России оказался под ударом экономического кризиса.

Рассмотрим более детально, каковы итоги развития гостиничного бизнеса в Москве в первом квартале текущего года.

Исследование, проведенное компанией NAI Becar² в I квартале 2010 г. на рынке гостиничной недвижимости Москвы, со всей очевидностью свидетельствует о том, что в этот период наблюдался рост спроса, который явился следствием стабилизации туристических потоков, в основном, с деловыми целями. Это напрямую связано и с выставочной деятельностью, которая также активизировалась в I квартале текущего года – в Москве прошло более 80 международных выставок различной тематики.

Повышение спроса отразилось на уровне загрузки, в зависимости от категории гостиницы он повысился до 55-63 %. Для сравнения, в первом квартале 2009 г. уровень загрузки составлял 45-50 %. Таким образом, очевиден рост загрузки гостиниц столицы на 10-13 %.

Сравнивая эти значения с европейскими данными, можно отметить, что в I квартале текущего года загрузка европейских гостиничных объектов увеличилась относительно прошлого марта на 5,8 %, а средняя стоимость проживания в гостиничных номерах и доходность в расчете на номер повысились на 0,9 % и 6,8 % соответственно.

В Москве в I квартале 2010 г. рост стоимости размещения, также как и рост загрузки, превышает данные по Европе. По сравнению со среднегодовым показателем 2009 г. средняя стоимость размещения в столичных отелях повысилась на 10-15 %. Максимальное повышение цены номера зафиксировано в отелях высокой категории, что позволило частично компенсировать существенное падение стоимости в 2009 г. Вместе с тем можно отметить явную тенденцию к внедрению гибкой ценовой политики столичных отелей.

Радуют и инвестиционные планы столичных девелоперов в отношении гостиничного бизнеса. Так в текущем году ожидается открытие 13 гостиниц совокупным номерным фондом более 3 тыс. номеров, из них на второй квартал запланирован выход таких крупных отелей как Renaissance Moscow Monarch Center, а также Lotte Hotel.

При этом следует отметить превалирование экономических интересов над социальными – не смотря на многочисленные призывы и планы развития гостиничного бизнеса столицы по строительству гостиниц средней ценовой категории, преимущественно три звезды, практически все планируемые к вводу в 2010 г. проекты соответствуют категории четыре – пять звезд.

Еще одной выявленной в результате анализа тенденцией является то, что большинство бизнес – туристов (а именно они являются основными клиентами столичных отелей), продолжают экономить на дополнительных услугах

¹ <http://www.drgroup.ru>

² <http://www.naibecar.ru>

гостиниц, не включенных в стоимость номера. Это объясняется повсеместным секвестрованием бюджетов на командировочные расходы. Следовательно, это обстоятельство необходимо учитывать при разработке ценовой политики столичных отелей и включить часть наиболее востребованных услуг в стоимость услуг размещения.

Рынок гостиничной недвижимости в I квартале 2010 г.

За весь первый квартал текущего года в Москве открылась только одна новая гостиница – Garden Ring Hotel. Это малая гостиница на 86 номеров, категории четыре звезды. Также произошло официальное открытие отеля «Акварин» (160 номеров, категория четыре звезды), который был введен в тестовом режиме еще в конце 2009 г.

Расчеты показывают, что по итогам первого квартала 2010 г. в Москве насчитывается 238 гостиниц с совокупным номерным фондом более 35 тыс. номеров, из которых (рис. 1):

- класс «люкс» (5 звезд) – 2 902 номеров;
- бизнес-класс (4 звезды) – 6 999 номеров;
- средний класс (3 звезды) – 16 047 номеров;
- эконом-класс – 9 466 номеров.

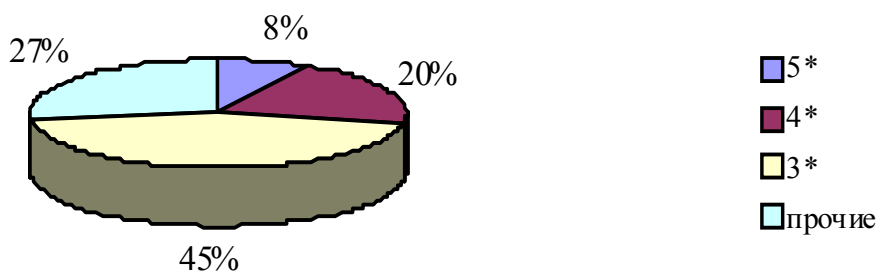


Рис. 1. Структура номерного фонда гостиничного рынка Москвы по категориям (по состоянию на конец I квартала 2010 г.)

Большая часть гостиниц столицы по-прежнему сконцентрирована в Центральном и Северо-Восточном округах. В целом на эти округа приходится 50 % гостиничного фонда столицы.

По результатам исследования компании NAI Becar³, в течение I квартала 2010 г. на рынке столичной гостиничной недвижимости наблюдались следующие тенденции:

- рост спроса как следствие стабилизации туристических потоков, в основном, с деловыми целями;
- более гибкая ценовая политика отелей (отделы продажи гостиниц тщательно отслеживают изменения в спросе и устанавливают соответствующую стоимость);
- постепенный рост стоимости услуг размещения;
- увеличение доли премиального сегмента – практически все планируемые к вводу в 2010 г. соответствуют сегменту 4-5*;
- сохранение тенденций 2009 г. – экономия клиентов на услугах гостиниц (ввиду того, что деловые поездки закладывались в бюджеты компаний еще в 2009 г., и с тех пор многие из них не корректировались), в т.ч. на дополнительных услугах, не включенных в стоимость номера;
- сохранение дефицита предложения в среднеценовом сегменте.

На основании прогнозных расчетов можно сделать вывод о том, что в 2010 г. ожидается восстановление показателей въездного туризма в Москве – до уровня 2008 г. (4100 тыс. иностранных туристов). Таким образом, уровень среднегодовой загрузки московских гостиниц может стабильно увеличиться до 65 %.

Однако значение показателей доходности может вернуться с докризисному уровню не ранее второй половины 2011 года⁴.

Еще одной тенденцией рынка гостиничных услуг можно назвать отказ некоторых российских гостиничных сетей от приобретения отелей в собственность, а использование контракта на управление или франчайзинг. Так компания Heliopark приняла решение отказаться от собственных инвестиционных проектов и сконцентрировать усилия на управлении действующими и строящимися отелями для сторонних инвесторов. Существующие инвестиционные проекты в Нижегородской и Тульской областях заморожены из-за отсутствия финансирования. Сейчас в собственности группы остался всего один отель – Bad Hotel zum Hirsch в немецком Баден-Бадене.

В целом по гостиничному бизнесу, как в России, так и за рубежом, можно выделить следующие тенденции⁵:

³ <http://www.naibecar.ru>

⁴ Рынок гостиничной недвижимости Москвы (апрель 2010), www.prohotel.ru

⁵ <http://www.frontdesk.ru/vetka.cgi?vetkaid=7505> статья А.Ф.Погачева и И.В.Скопиной.

- распространение сферы интересов гостиничного бизнеса на продукты и услуги, ранее предоставляемые предприятиями других отраслей (например, организации питания, досуга, развлечений, выставочной деятельности и др.);
- развитие демократизации гостиничной индустрии, способствующей повышению доступности гостиничных услуг для массового потребителя;
- усиление специализации гостиничного бизнеса, позволяющей более четко ориентироваться на определенные сегменты потребителей с учетом различных признаков;
- глобализация и концентрация гостиничного бизнеса;
- персонификация обслуживания и полная концентрация на запросах и потребностях клиентов;
- широкое внедрение новых средств коммуникации и информационных технологий, позволяющее проводить глубокую и системную экономическую диагностику;
- внедрение новых технологий в деловую стратегию гостиничных предприятий, в частности широкое использование сети Интернет с целью продвижения гостиничных продуктов и услуг.

УДК 338.483

Хинтереггер К.

БРЕНДИНГ ТУРИСТИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ

Раскрывается понятие «Бренд туристического направления» и дается представление о процессе его разработки и внедрения.

Hinteregger K. The Branding of the Tourist Directions

The term «the branding of the tourist directions» is specified in the article. The overall idea about the process of its elaboration and implementation is given as well.

В нашем глобализованном мире тысячи туристических направлений конкурируют между собой. Поэтому, если туристическое направление хочет привлечь туристов, оно должно дать туристам причины посетить его, а также туристическое направление должно показать, чем оно отличается от других направлений. Успешный бренд туристического направления может помочь в этом.

Определение «Бренд туристического направления»

Бренд туристического направления – это сумма восприятий, чувств и отношения людей к туристическому направлению, основанные на личном опыте посещения туристического направления или на полученной о нем информации. Бренд – это ДНК туристического направления, он представляет основные характеристики и конкурентоспособную идентичность. Характеристики бренда остаются неизменными на протяжении длительного периода времени, и они должны находить отражение в каждом из маркетинговых мероприятий.

Важно также отметить, что такие элементы как логотип, слоган, дизайн или маркетинговые кампании НЕ являются брендом. Бренд лежит в основе всех этих маркетинговых мероприятий. Это то, что может вдохнуть в них жизнь и должно направлять выражение всех маркетинговых коммуникаций и, в идеале, поведения.

Многие факторы, оказывающие влияние на восприятие бренда, являются не контролируемые – такие как, например, история региона или отзывы других туристов об этом туристическом направлении, но также и известные продукты или культовые персоны данного туристического направления или фильмы, книги или новостные сообщения оказывают влияние на восприятие туристического направления. Поэтому важно закрепить представление туристического направления вокруг основных реальных характеристик и дать возможность ответственной управляющей компании туристического направления и заинтересованным сторонам туристического направления постоянно представлять их.

Процесс разработки и внедрения

Каждое туристическое направление может создать бренд в зависимости от своих размеров и маркетингового бюджета. Важно сосредоточиться на основных сегментах рынка и вовлекать в процесс создания как можно больше заинтересованных сторон. Если существует суб-бренд, он всегда должен отражать некоторые ценности зонтичного бренда.

Необходимо начать с того, что попытаться ответить от лица туриста на следующие пять вопросов: «Какие основные вещи мне нравятся в туристическом направлении?», «Какое это место?», «Как я себя там чувствую?», «Как бы я описал туристическое направление одним предложением?» и «Что делает его непохожим на все остальные туристические направления?». Ответы затем могут быть сгруппированы по трем принципам – устойчивые характеристики, ключевые характеристики и отличительные характеристики.

Все маркетинговые мероприятия (разработка логотипа или слогана, создание брошюр, маркетинговых материалов, проведение маркетинговых кампаний и т.д.) должны в дальнейшем базироваться на присутствующих характеристиках.

Для поддержания бренда в управляющей компании туристического направления должен быть назначен Бренд-Менеджер. Для того чтобы гарантировать, что ключевые заинтересованные стороны в сфере туризма, как и местное население, знают и, в идеальном варианте, используют и передают данные основные характеристики, необходимо проводить внутренние и внешние маркетинговые кампании.

Заключение

Особенно на территории развивающихся стран создание бренда туристического направления может помочь региону попасть на глобальную или национальную туристическую карту и дифференцироваться от других регионов. Кроме того, сильный бренд туристического направления может также помочь изменить возможный негативный имидж региона в целом.

Важно обратить внимание на тот факт, что создание бренда должно быть инициировано и реализовано органами власти, и также должно управляться ими (подразделение, ответственное за туризм, или управляющая компания туристического направления), а не частной компанией (как, например, туроператорами или отелями).

УДК 338.48

Хинтереггер К.

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА – НЕОБХОДИМЫЕ ШАГИ ДЛЯ УСПЕХА

В статье акцентируется внимание на необходимость проявления трех инициатив со стороны органов власти территориального управления (разработка профессионального плана развития туризма, создание профессиональной организационной структуры в туризме, финансовая поддержка туризма) с целью комплексного развития туризма.

Hinteregger K. The Tourism Development: the Necessary Steps to Success

The author of the article focuses on the three main initiatives from the authorities (creating the professional plan for the tourism development, creating the professional organizational structure in the tourism, the financial support for tourism) for the complex tourism development.

Многие туристические направления на только формирующихся рынках встречают одинаковые проблемы в процессе развития туризма. Они подготавливают длинные списки возможных инвестиционных проектов в сфере туризма, но во многих случаях не могут привлечь потенциальных инвесторов.

Комплексность развития туризма

Развитие туризма не может сравниться со строительством промышленного предприятия. При строительстве предприятия вам необходим участок земли, инвестор, достаточная рабочая сила и благоприятная рыночная среда. После подписания контракта продолжение проекта полностью зависит от инвестора.

Для привлечения огромного числа туристов регион должен делать больше для удовлетворения потребностей туристов во многих сферах – от удобного и доступного проезда до территории региона, соответствующих средств размещения, до туристических аттракционов и развлечений. Необходимо обеспечить вовлеченность множества сторон – от инвесторов, операторов отдельных проектов, местного населения и органов власти до банков и финансовых институтов.

Ключевыми элементами туристического направления являются – туристическая супраструктура (отели, рестораны, магазины), туристическая инфраструктура (аквапарки, аттракционы), природные ресурсы (озера, моря, горы, леса), исторические достопримечательности (замки, памятники), развлекательные объекты (тематические парки, театры,), познавательные объекты (музеи, тематические тропы), мероприятия (культурные, музыкальные и спортивные мероприятия) и транспортная система (индивидуальный и общественный транспорт, указатели).

Помимо данных основных элементов также и другие факторы, такие как, например, общая инфраструктура, приятная атмосфера, качество услуг или приемлемое соотношение цены и качества, оказывают значительное влияние на общее впечатление туристов.

Возможными барьерами для развития туризма могут являться – недостаток ноу-хау в регионе, отсутствие долгосрочной стратегии развития туризма, политическая нестабильность и риски для безопасности, недостаток финансовых ресурсов, климатические и природные недостатки, а также ограниченная поддержка со стороны органов власти.

Признавая комплексность развития туризма, становится очевидным, что подготовка инвестиционных проектов может способствовать развитию туристического направления, но одного этого недостаточно. Представители ответственных органов власти должны понимать, что с их стороны также должны быть проявлены определенные инициативы для создания такой благоприятной среды, которая бы стимулировала развитие туризма в целом и инвестирования в сферу туризма в частности. Три необходимые инициативы данного рода, о которых очень часто забывают, описаны ниже.

Разработка профессионального плана развития туризма

Основой для любого развития туризма является профессиональный план развития туризма. Данный план должен выступать в качестве руководства для всех заинтересованных сторон в туризме. Во многих российских регионах существуют планы развития туризма – чаще всего данные планы включают объемную аналитическую часть и еще более объемный перечень возможных инвестиционных проектов на территории всего региона. В течение последующих нескольких лет после разработки и утверждения подобных планов развития туризма органы власти пытаются найти частных инвесторов для такого рода проектов и чаще всего их попытки оказываются безуспешными, и только очень ограниченное число проектов в конечном итоге реализовывается на практике. Затем разрабатывается следующий план развития туризма, и история начинается с начала – в конечном итоге все удивляются, почему в сфере развития туризма нет большего прогресса.

Следовательно, недостаточно подготовить «список пожеланий» для предполагаемых инвесторов. Намного более важно, чтобы план развития туризма включал конкретные рекомендации относительно шагов со стороны органов власти, которые необходимо предпринять для того, чтобы стимулировать развитие туризма. Практически во всех регионах России данного рода необходимые условия не существуют.

Необходимость профессиональной организационной структуры в туризме

Для реализации успешного развития туризма региону необходимы не только множество различных инвесторов для проектов, но также и профессиональная управляющая компания туристического направления, которая будет заниматься организацией развития туризма и его управлением. Маркетинг туристического направления является лишь одной из задач данной управляющей компании – остальные задачи включают, например, подготовку информации для гостей, разработку туристических продуктов, организацию мероприятий или инициативы по улучшению качества.

Управляющая компания должна взять на себя ответственность за устойчивое развитие туризма, основываясь на профессиональной программе развития туризма для туристического направления, которая должна определять основную стратегию развития, самые перспективные туристические проекты и необходимые шаги по реализации.

Если в регионе не существует профессиональной управляющей компании туристического направления или если органы власти не хотят создавать данную новую компанию, по крайней мере, её задачи должны выполняться подразделением, отвечающим за туризм внутри соответствующего министерства. В настоящее время практически не один из Российских регионов не удовлетворяет данные требования.

Важно отметить, что управляющая компания туристического направления не является тем же самым, что и туроператор или туристическое агентство, и наличие туроператора, который на 100 % принадлежит региональным органам власти, не означает, что в регионе есть управляющая компания туристического направления, так как задачи этих двух структур различны. Но возможно создать управляющую компанию туристического направления на базе такого официального регионального туроператора или наоборот.

Финансовая поддержка со стороны органов власти

Другим важным аспектом успешного развития туризма является создание благоприятной инвестиционной среды. Инвесторы для туристических проектов могут быть привлечены только в том случае, если со стороны органов власти были созданы необходимые условия.

В связи с этим ответственные органы власти должны понять, что они тоже должны предоставить финансовые ресурсы для стимулирования развития туризма, что включает достаточную финансовую поддержку для управляющей компании туристического направления, для туристического образования и тренингов, а также для специальных программ субсидирования в сфере туризма для привлечения инвесторов.

В Австрии, одном из успешных туристических направлений в мире, Национальная Туристическая Организация имеет ежегодный бюджет более чем 50 млн евро, который в основном расходуется на маркетинг Австрии как туристического направления. Инвестирования в сфере туризма стимулируются и программами Австрийского Банка для Отелей и Туризма (Austrian Hotel and Tourism Bank). Различные программы имеют ежегодный объем до 50 млн евро и стимулируют общее инвестирование в туризм порядка 800 млн евро в год. Обе организации в основном финансируются со стороны Министерства Экономики.

В дополнение к этому, в Австрии также и на региональном уровне имеются доступные денежные средства на развитие туризма. Все девять провинций имеют профессиональные туристические организации и их собственные фонды. Объем данных фондов не так высок, как на национальном уровне, но некоторые из региональных туристических организаций имеют бюджет более 10 млн евро в год.

Кроме того, органы власти должны быть вовлечены в различные проекты на базе Государственно-частного партнерства. По сути, можно выделить четыре основных модели ГЧП проектов, которые могут быть реализованы при поддержке органов власти – сотрудничество, управление, ассоциация и концессия.

Заключение

Органы власти должны активно участвовать в процессе развития туризма, понимая, что это их обязанность создать благоприятные условия для устойчивого развития туризма (включая первоначальное финансирование).

ИССЛЕДОВАНИЕ ЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА РЕСПУБЛИКИ КАРЕЛИЯ. ПРОБЛЕМЫ И ВАРИАНТЫ ИХ РЕШЕНИЯ

В статье выявлены низкая конкурентоспособность турпродукта Республики Карелия по цене на экскурсионные туры и конкурентоспособные по цене активные туры. Эластичность туристского спроса по цене прослеживается резким спадом туристского потока в 2009 г., когда другие области, не смотря на кризис, демонстрируют подъем. Предложены пути совершенствования предложения туристского продукта для повышения его привлекательности.

Fedorova M.Y. Investigation of the Price of the Tourist Product in the Karelian Republic. The Problems and Ways to Resolve
The article deals with the low competitiveness concerning the price of the tourist product and the excursion tours in the Karelian Republic. The elasticity of the tourist demand on the price was accompanied by the essential decline of the tourist flow in 2009 when other areas despite the crisis have demonstrated the growth. In conclusion, the ways to imperfection of the tourist product's supply for increase of its attractiveness are offered.

Цена на туристский продукт имеет важнейшее значение в процессе принятия решения о совершении поездки в то или иное место. Туристский спрос очень чутко реагирует на фактор цены. Измерение конкурентоспособности туристского продукта дестинации также является частью более глобальной работы по изучению конкурентоспособности самой дестинации, которое в свою очередь служит основой при принятии решения в планировании развития туризма на территории.

Проведено исследование цен на туристский продукт в летний сезон 2010 г. (май – сентябрь) в различных регионах Российской Федерации для того, чтобы выявить дифференциацию цен турпродуктов, схожих по своей направленности, и определить конкурентоспособность туристского продукта Республики Карелия на российском рынке.

Прежде всего, определимся, что включает в себя понятие туристского продукта. Квартальнов В.Н. определяет туристский продукт как «совокупность вещественных (физических товаров) и не вещественных (в форме услуг) потребительских стоимостей, необходимых для удовлетворения потребностей туриста, возникших в период его путешествия. Турпродукт состоит из трех частей: тура (туристская поездка по определенному маршруту); туристско-экскурсионных услуг (размещение, питание, транспортировка, экскурсионные программы и другие услуги на маршруте, относящиеся к цели путешествия) и товаров – предметов потребления»¹.

Александрова А.Ю. дает определение туристского продукта известного английского туризмолога В. Мидлтона, который утверждает, что комплексный туристский продукт представляет собой «набор, или пакет, осязаемых и неосязаемых компонентов, состав которых определяется деятельностью людей в туристском центре. Пакет воспринимается туристом как доступные по цене впечатления»².

В Федеральном Законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туристский продукт определен как «комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта»³. При проведении исследования конкурентоспособности цены туристского продукта было использовано последнее определение.

Среди общего числа туристских продуктов в летнем сезоне в Республике Карелия наибольшее предложение представлено экскурсионными и активными, в частности, водными турами. В связи с этим внимание акцентируется на исследовании цены этих двух наиболее популярных видов туров.

Экскурсионные туры

По результатам исследования «Анализ спроса туров по тематике и виду отдыха у пользователей поисковой системы Yandex.ru. Февраль 2010»⁴ экскурсионные туры занимают третье место в анализе спроса туров по тематике и виду отдыха, уступая только круизному отдыху и автобусным турам. Популярность экскурсионных туров среди россиян также подтверждают результаты исследований компании MAR Consult: в 2009 г. в экскурсионные туры отправилось около 43 % россиян⁵.

Экскурсионные туры в Республике Карелия исторически представлены раскрученным брендом «Кижи – Валаам – Соловецкие острова», которые включены в туристский пакет в различных вариациях. В этом рыночном сегменте туристскому продукту Карелии приходится конкурировать с граничащими с ней областями: Архангельской, Вологодской, Новгородской и Псковской областями, предлагающими схожий продукт,

¹ Квартальнов В.А. Туризм, М.: Финансы и статистика, 2000.

² Александрова А.Ю. Международный туризм, М.: 2002.

³ ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» № 132 от 24.11.96.

⁴ Анализ спроса туров в различные страны у интернет пользователей поисковой системы Yandex.ru. Февраль 2010 [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.atorus.ru/ratings/prognoz/yaango/article/587.html>

⁵ Стратегия социально-экономического развития Республики Карелия до 2020 г.

также предлагающий посещение православных церквей и монастырей, знакомство с культурой, бытом и традициями Русского Севера.

Из результатов Интернет-исследования туры выходного дня пользуются наибольшим интересом среди российских туристов. Вологодская, Новгородская и Псковская область специализируются именно на предоставлении двух- и трехдневных туров. Более продолжительные путешествия могут быть организованы в индивидуальном порядке по запросу, однако они не нашли своего отражения в массовом туристском предложении⁶.

Исследование показало, что Республика Карелия предлагает самые дорогие двух- и трехдневные экскурсионные туры, самая низкая цена – в Псковской области (рис. 1).

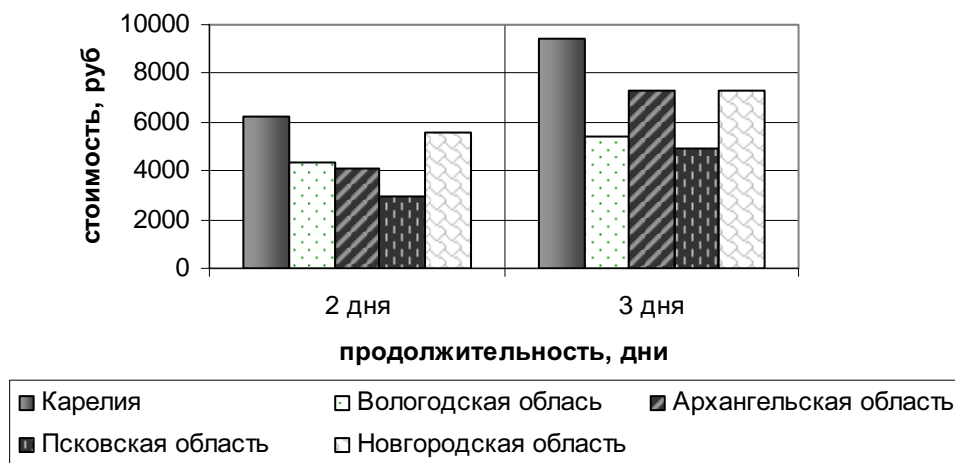


Рис. 1. Сравнение цен двух- и трехдневных экскурсионных туров в Республике Карелия, Вологодской, Архангельской, Псковской и Новгородской областях

Исследование изменения цены на экскурсионный тур от его продолжительности выявило следующую зависимость:

$$C_m = f(t),$$

Где:

C_m – стоимость тура;

t – продолжительность тура.

Динамика изменения цен экскурсионные туры в Архангельской области и в Республике Карелия описываются следующими уравнениями соответственно:

$$C_{m(Арх)} = -274,02 t_{(Арх)}^2 + 4564,7 t_{(Арх)} - 3454,5$$

$$R^2 = 0,9343$$

Где:

$C_{m(Арх)}$ – стоимость тура в Архангельской области;

$t_{(Арх)}$ – продолжительность тура в Архангельской области;

R^2 – качество достоверности аппроксимации.

$$C_{m(РК)} = -359,1 t_{(РК)}^2 + 5381,5 t_{(РК)} - 3464,8$$

$$R^2 = 0,9416$$

Где:

$C_{m(РК)}$ – стоимость тура в Республике Карелия;

$t_{(РК)}$ – продолжительность тура в Республике Карелия;

R^2 – качество достоверности аппроксимации.

Архангельская область, обладающая значительным туристским потенциалом в сфере экскурсионного туризма, предлагает более широкий ассортимент туристских продуктов по их продолжительности. В сравнении цены на туристский продукт Республики Карелия и Архангельской области, цена первой хоть и незначительно, но оказывается выше туристского продукта последней на туры продолжительностью от одного до восьми дней, предлагая более низкую цену только на семидневный тур (рис. 2).

⁶ Там же.

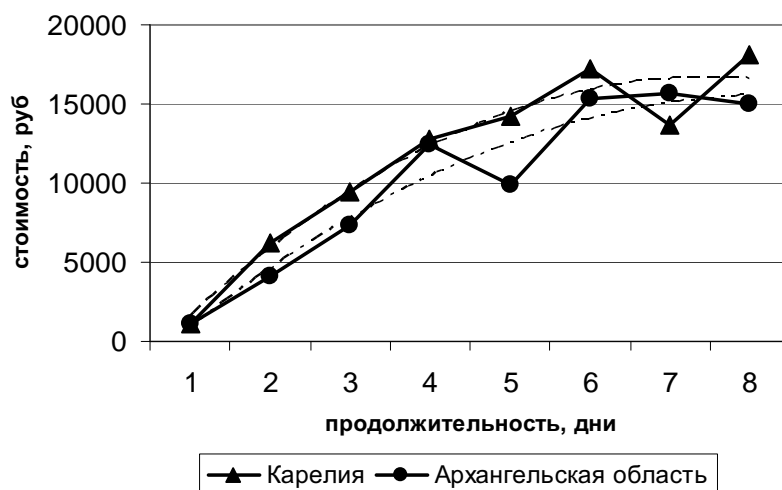


Рис. 2. Цена экскурсионных туров от 1 до 7 дней в Республике Карелия и Архангельской области

Водные туры

За счет развитой системы рек и озер, а также сравнительно невысоких издержек, связанных с организацией данного вида туризма, водные туры получили широкое распространение в Республике Карелия. Туристы могут приобрести как тур, длящийся всего несколько часов, так и полноценный многодневный тур.

Исследование изменения цены на водный тур от его продолжительности выявило следующую зависимость:

$$C_t = f(t),$$

Где:

C_t – стоимость тура;

t – продолжительность тура.

Динамика изменения цен водные туры в Республике Карелия, Архангельской области, на Алтае и на Байкале описываются следующими уравнениями соответственно:

$$C_{m(РК)} = 53,026 t_{(РК)}^2 + 904,81 t_{(РК)} + 5048,2$$

$$R^2 = 0,7175$$

Где:

$C_{m(РК)}$ – стоимость тура в Республике Карелия;

$t_{(РК)}$ – продолжительность тура в Республике Карелия;

R^2 – качество достоверности аппроксимации.

$$C_{m(Арх)} = -274,84 t_{(Арх)}^2 + 3460,9 t_{(Арх)} + 1325,7$$

$$R^2 = 0,6603$$

Где:

$C_{m(Арх)}$ – стоимость тура в Архангельской области и

$t_{(Арх)}$ – продолжительность тура в Архангельской области,

R^2 – качество достоверности аппроксимации.

$$C_{m(Алт)} = 770,36 t_{(Алт)}^2 - 6989,5 t_{(Алт)} + 26091$$

$$R^2 = 0,6598$$

Где:

$C_{m(Алт)}$ – стоимость тура на Алтае;

$t_{(Алт)}$ – продолжительность тура на Алтае, R^2 – качество достоверности аппроксимации.

$$C_{m(Б)} = -191,37 t_{(Б)}^2 + 5171,1 t_{(Б)} + 1975$$

$$R^2 = 0,882$$

Где:

$C_{m(Б)}$ – стоимость тура на Байкале;

$t_{(Б)}$ – продолжительность тура на Байкале;

R^2 – качество достоверности аппроксимации.

Исследование цены туристского продукта на водные туры показало, что Республика Карелия предлагает продукт, конкурентоспособный по цене. Она значительно отличается от высоких цен на водные туры на Байкале. Несмотря на то, что цена на водные туры на Алтае продолжительностью от 6 до 9 дней сравнительно

но одинаковая, нужно принимать во внимание, что туристам из Москвы или Санкт-Петербурга, представляющим основной потребительский сегмент, требуется понести большие финансовые и временные издержки для того, чтобы добраться до Алтая, чем до Карелии. Тем не менее, Республике Карелия приходится конкурировать по цене с водными турами, которые предлагает Архангельская область (рис. 3).

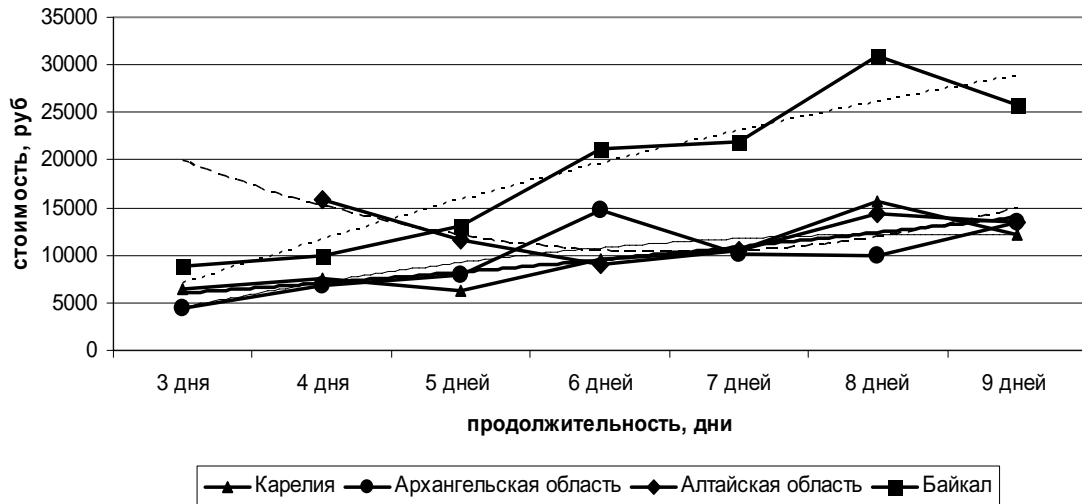


Рис. 3. Цена водных туров от 3 до 9 дней в Республике Карелия, Архангельской области, на Алтае и Байкале

Изучая цену туристского продукта, интересно проследить количество туристов, посетивших рассмотренные области (рис. 4). Из рисунка видно, что Ленинградская область, Республика Карелия и Вологодская область лидируют по количеству туристов во временном промежутке 2006-2009 гг. Далее рассмотрим динамику туристских прибытий этих лидирующих дестинаций.

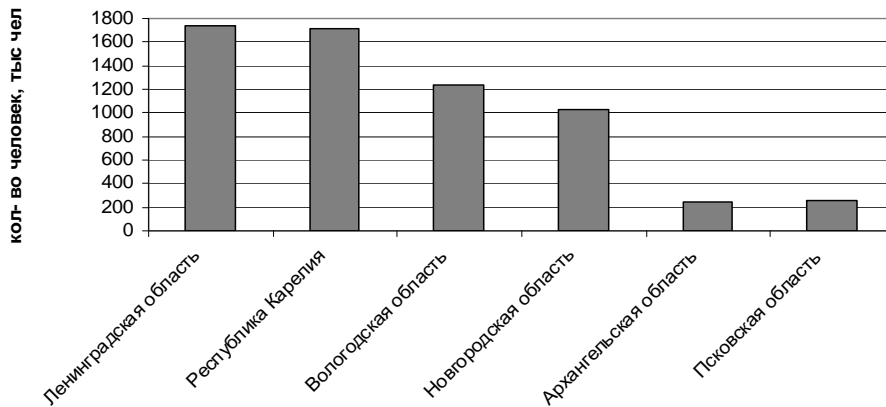


Рис. 4. Среднее количество туристов и экскурсантов в 2006-2009 гг, тыс. чел.^{7,8}

Из рисунков 5, 6 и 7 можно сделать вывод, что Республика Карелия, находясь на втором месте по количеству туристских прибытий, уступая лишь Ленинградской области, демонстрирует понижающуюся динамику туристских прибытий со следующей зависимостью:

$$Q = f(t),$$

Где:

Q – количество туристов и экскурсантов;

t – год (2006 = 1).

⁷ Туризм в Карелии: цифры и факты // Официальный портал органов государственной власти Республики Карелия. – [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gov.karelia.ru/gov/Power/Committee/Sport/turstat08.html>

⁸ Данные о туристских потоках в Новгородской области // Комитет культуры, туризма и архивного дела Новгородской области. – [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://culture.natm.ru/tree4.html?id=5359>

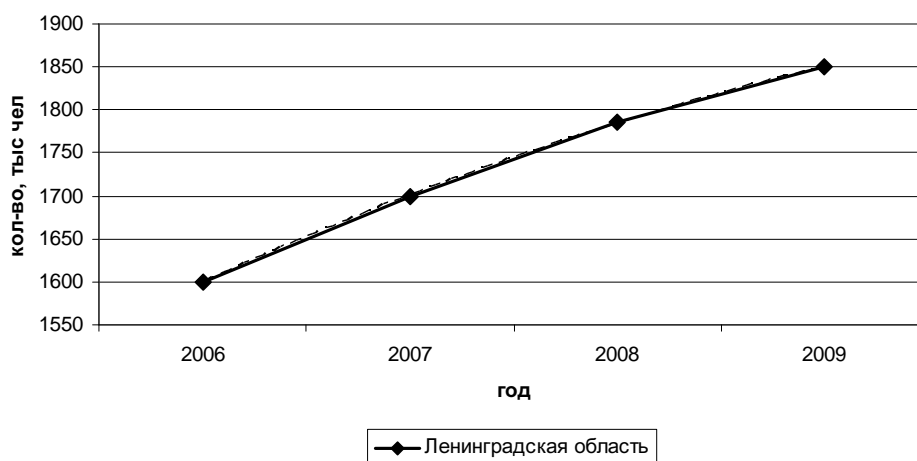


Рис. 5. Количество туристов и экскурсантов в Ленинградской области, тыс. чел.⁹

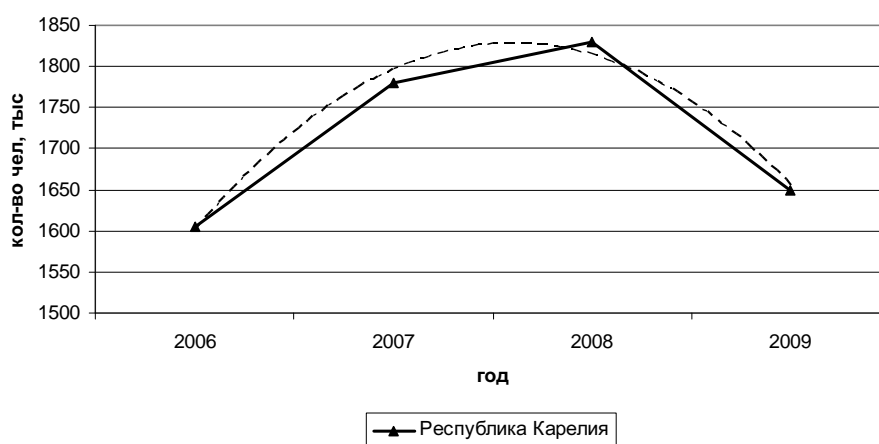


Рис. 6. Количество туристов и экскурсантов в Республике Карелия, тыс. чел.

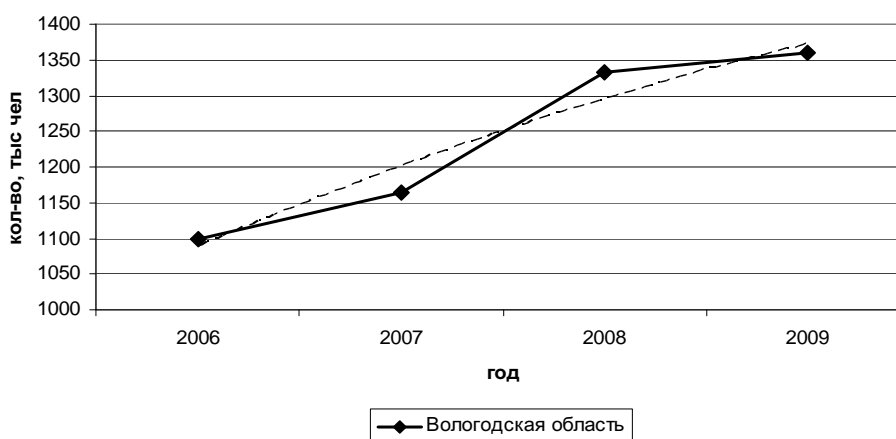


Рис. 7. Количество туристов и экскурсантов в Вологодской области, тыс. чел.

Динамика изменения количества туристов и экскурсантов в Республике Карелия описывается следующим уравнением:

$$Q_{(PK)} = -88,75t^2 + 462,25t + 1226,3$$

$$R^2 = 0,9837$$

⁹ Информационно-статистический сборник «Развитие туристской отрасли Ленинградской области». – [электронный ресурс]. Режим доступа: www.lentravel.ru

Где:

$Q_{(РК)}$ – количество туристов и экскурсантов в Республике Карелия;

t – год (2006 = 1);

R^2 – качество достоверности аппроксимации.

В то же время лидирующая Ленинградская и, уступающая Республике Карелия, Вологодская области демонстрируют увеличивающуюся динамику туристских прибытий, описываемые следующими уравнениями:

$$Q_{(Лен)} = -8,75 t^2 + 127,25 t + 1481,3$$
$$R^2 = 1$$

Где:

$Q_{(Лен)}$ – количество туристов и экскурсантов в Ленинградской области;

t – год (2006 = 1);

R^2 – качество достоверности аппроксимации.

$$Q_{(Вол)} = -9t^2 + 139,8t + 957$$
$$R^2 = 0,9383$$

Где:

$Q_{(Вол)}$ – количество туристов и экскурсантов в Ленинградской области;

t – год (2006 = 1);

R^2 – качество достоверности аппроксимации.

Спад туристских прибытий в Карелию может объясняться как раз высокой ценой на туристский продукт, в особенности на экскурсионные туры, которые стоили в летом 2009 г. примерно столько же, сколько и летом 2010 г. В 2009 г., когда турист был более всего требователен к цене, ценовое предложение республики оказалось неконкурентоспособным по сравнению с турпродуктами других дестинаций. Более того, не смотря на явную популярность активных туров и природно-ориентированного туризма, Республика Карелия пока продолжает позиционировать себя как дестинация, предлагающая в основном продукт экскурсионного характера. Следует отметить тот факт, что именно активные водные туры у Республики Карелия конкурентоспособны по цене по сравнению с турпродуктами других дестинаций, предлагающими аналогичные водные туры. Об экскурсионной специализации дестинации также говорят и раскрученные бренды Республики: Кижы, Валаам и Соловецкие острова (несмотря на то, что Соловецкие острова принадлежат Архангельской области, основной поток туристов посещает архипелаг через Республику Карелия).

В результате исследования автор пришел к выводу, что следует стремиться к понижению цены на двух- и трехдневные туры в Республике Карелия, так как она, в сравнении с Вологодской, Псковской и Новгородской областями, не обладая ни выгодным географическим положением по отношению к Санкт-Петербургу и Москве, главным сегментам туристского рынка, ни значительными ресурсами в области экскурсионного туризма, предлагает самые высокие по цене двух- и трехдневные туры. Сравнение цен многодневных туров также свидетельствует о более высокой цене экскурсионного туристского продукта Республики Карелия.

Водные туры, пользующиеся большим спросом среди туристов, более конкурентоспособны по цене среди аналогичных туров в популярных туристских регионах России. Об этом свидетельствует и тот факт, что количество туристов, приехавших на территорию Республики Карелия с целью активного отдыха, растет. Однако руководствуясь результатами исследования «Анализ спроса туров по тематике и виду отдыха у пользователей поисковой системы Yandex.ru. Февраль 2010», где Республика Карелия среди туристских предпочтений занимает лишь 12 место, уступая «Турам на Байкал» (6 место), «Турам на Алтай» (9 место) и «Турам на Камчатку» (10 место), можно сделать вывод, что в данном случае цена не является решающим фактором при выборе туристского продукта, так как туры на Байкал и Алтай не только дороже по цене, но и более труднодоступны из-за удаленного географического положения от центра России. Поэтому чтобы удержать и увеличить туристский поток, при планировании развития туризма важно уделять внимание не только ценообразованию, но и таким характеристикам туристского продукта, как качество, надежность, безопасность и прочим составляющим туристского продукта в широком его понимании.

Всемирная туристская организация в последних исследованиях предпочтений туристов обнаружила тенденцию к увеличению интереса к более индивидуализированным турам. В связи со стремительным развитием сети Internet у туристов появилась возможность забронировать и оплатить авиабилеты и услуги по проживанию, не выходя из дома. В результате роста информированности и активного общения в социальных сетях, туристы все более желают путешествовать самостоятельно, приобретая услуги на месте. Количество таких туристов будет расти год от года. Такая тенденция также дает возможность людям, желающим предоставлять туристские услуги на местах, капитализировать свои знания и умения, самостоятельно занимаясь созданием, реализацией и продвижением своей туристской услуги. Это в свою очередь положительно сказывается на вкладе в экономику региона от туризма и на отношении к туризму

со стороны местного населения. Назревает необходимость особого подхода к планированию развития туризма на территории таким образом, чтобы на каждом месте концентрации туристского спроса поставщики, предоставляющие услуги по проживанию, питанию, экскурсионному обслуживанию и т.д. были готовы технически и психологически ответить качественным предложением на подобный туристский спрос. Сейчас «встает вопрос о смене курса политики регионального развития: об изменении ее целей, механизмов, статуса и степени участия различных субъектов в экономической жизни региона. Сегодня ... целью регионального развития становится увеличение капитализации региона. Исходя из этого, государственная политика регионального развития должна быть направлена на формирование такой ее пространственной организации, которая бы повышала стоимость активов, находящихся в распоряжении территориальных сообществ, человеческого капитала (интеллектуальная собственность) и среды жизни людей (недвижимости, природных ресурсов и культурно-смысловых ландшафтов)». Модель пространственной организации с учетом предложения туристского продукта со стороны местных жителей, занимающихся его созданием, в свою очередь изменит подход к ценообразованию туристского продукта и позволит сделать его более конкурентоспособным¹⁰.

УДК 338.482:06

Филатов Н.Н.

РУССКОЕ ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ ОБЩЕСТВО И РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

В статье рассматриваются задачи общественной организации – отделения Русского географического общества в Республике Карелия, по развитию научных знаний, исследованию природы, памятников истории и культуры, по активизации работы в области популяризации науки и распространению научных взглядов, а также развитию туризма как важной составляющей экономической и социально значимой деятельности в регионе.

Philatov N.N. The Russian Geographic Society and Development of Tourism in a Region

The tasks of a public organization (the Department of the Russian Geographic Society in the Karelian Republic) on the development of the scientific knowledge, researching the nature, monuments of history and culture, on the activation of work in the sphere of popularization of the science and widening the scientific sights, on the development of tourism as an important component of the economical and socially valuable activity in a region are examined in the report.

Отделение Русского географического общества в Республике Карелия – это ее современное название. Раньше это был Карельский филиал Всесоюзного Географического общества. Протокол утвержден президентом ВГО академиком Л.С. Бергом 25 сентября 1945 г. Письмо академика Л.С. Берга в адрес карельского филиала заканчивается следующими словами: «Считая приятным для себя долгом сообщить вам о вышеизложенном, президиум Всесоюзного географического общества приветствует организацию нового научного центра и желает ему успеха в деле географического изучения и освоения родного края». Активность деятельности филиала ГО зависела в первую очередь от энтузиазма, увлеченности ее членов, и не в последнюю, от финансовой поддержки работы регионального отделения. Например, в 1972 г. деятельность Северного Филиала ГО СССР финансировалась не столько индивидуальными членами, сколько членами-коллективами. Так коллективными членами общества были Онежский тракторный завод, Карельский филиал АН СССР, горно-обогатительный комбинат «Апатит». Общество осуществляло издательскую, экспедиционно-туристскую деятельность. Издавались книги, например, «Карелия глазами путешественников и исследователей XVIII-XIX вв.», «География Карельской АССР» (в дальнейшем выдержало еще два издания). Начиная с 1969 г. карельские географы принимали активное участие в ежегодных конференциях Северного филиала ГО «Природа и хозяйство Севера» с публикацией докладов. Много было сделано членами карельского отделения общества по составлению серии карт к атласу КАССР. В 1981-85 гг. группа энтузиастов дальних морских путешествий во главе с В.Л. Дмитриевым совершила плавания в Белом, Баренцевом и Карском морях на моторной шхуне «Полярный Одиссей» под девизом «По следам русских полярных мореплавателей». Был создан клуб «Полярный Одиссей», который работает и поныне. Путешественники этого клуба на исторических судах, созданных собственноручно, побывали в Америке, Земле обетованной, Шпицбергене и многих других местах. Клуб внес значительный вклад в развитие туризма.

В 1995 г. несмотря на финансовые трудности, возродилась деятельность Карельского филиала (отделения) географического общества, которому вернули историческое название – Русское географическое общество. В качестве основных задач деятельности КО РГО были поставлены следующие:

¹⁰ А.И. Шишкин. Государственная политика регионального развития (роль государства, бизнеса и общества) // Приграничный регион в условиях интеграционных процессов и реформирования местной власти. Материалы международной науч.-практ. конференции «Четвертые Арсеньевские чтения». Петрозаводск: КарНЦ РАН, 2005. С. 31-35.

- Развитие географии и краеведения в Карелии.
- Популяризация результатов исследований и достижений естественных и общественно-экономических наук.
- Развитие туризма. Популяризация экологического и научно-познавательного туризма в Республике Карелия и за ее пределами.
- Развитие информатизации, ГИС, доступа к информационным ресурсам Интернет и совершенствование географического образования в Республике Карелия с использованием новых информационных технологий.
- Организация и проведение путешествий, полевых исследований и экспедиций.
- Издательская деятельность (издание научно-публицистических и образовательных материалов, учебников, карт, статей в местных и центральных СМИ, научных изданиях, материалах конференций и семинаров).
- Изучение природного, культурного и исторического наследия известных и малоизвестных районов России и зарубежья.
- Внедрение результатов научно-исследовательской деятельности в области географии, социологии и экономики в целях обеспечения устойчивого развития республики.

При центральном отделении ВГО еще в 1980 г. была создана комиссия научного туризма, которая успешно продолжает работать и в настоящее время.

Карельское отделение РГО последние 10 лет проводило ежегодно экспедиции на судах, а также по проекту «Осударева дорога», организовало ряд конференций и семинаров, выпускало карты, справочники и труды по ГИС, учебные материалы и участвовало в разработке инновационных проектов. В частности КО организовало разработку судов нового поколения «Полярный Одиссей», имеющих большой запас прочности, современное энергообеспечение, на которых можно организовать не только исследования на станциях СП, но и обеспечить новый вид экстремального спортивного и научного туризма в Арктику, как это осуществлялось, например, французской яхтой «Тара». В рамках инновационного проекта проведено несколько конференций, в том числе в рамках международной выставки-конференции «Нева», на которой члены Карельского отделения РГО выступали с докладами. Клубом «Полярный Одиссей» проведена большая работа по интеграции Карелии в международный яхтинг и морской туризм – один из факторов социально-экономического и культурного развития районов республики. Большое внимание уделялось образовательной деятельности в области изучения окружающей среды, географии не только в Карельской государственной педагогической академии, но и в научно-образовательном центре, созданном при ИВПС КарНЦ РАН. Этот центр активно сотрудничает с Карельским отделением РГО.

Однако до 2009 г. деятельность общества существенно ограничивалась отсутствием финансовой поддержки со стороны РАН, а также предприятий и организаций. В результате оставались проблемой издательская деятельность, организация экспедиций, создания архивов, научно-пропагандистская работа по созданию фильмов и телепередач по географии.

Существенно изменилось положение в РГО, когда в 2009 г. на внеочередном Съезде общества его новым президентом был избран министр МЧС С.К. Шойгу. Новый Президент РГО выразил уверенность в том, что Русское географическое общество должно «обрести второе дыхание», как он говорил, общество должно стать организацией, объединяющей ученых, политиков, предпринимателей и всех, кто связан с изучением и защитой окружающей среды, экономическим и социальным развитием. Было принято решение о создании Попечительского совета, возглавить который согласился премьер-министр РФ В.В. Путин. Благодаря поддержке Попечительского совета общества, куда вошли многие известные предприниматели и государственные деятели, оказалось возможным реализовать идеи, которые не удавалось осуществить ранее.

В 2010 г. Попечительский совет РГО выделил по разным номинациям средства ряду региональных отделений. Карельское отделение получило грант «Историко-географические памятники Европейского Севера России» в номинации «Экспедиции и путешествия». Цель этого проекта: анализ и обобщение материалов историко-географических исследований охраняемых территорий, островных и прибрежных геоконплексов, а также археологических и исторических памятников культуры, оценка современного состояния исследованных объектов, разработка рекомендаций по их сохранению, повышение уровня географического образования населения, популяризация уникальных природных, культурных памятников на территории Европейского Севера России путем демонстрации результатов экспедиции на Российском телевидении и в журналах, издаваемых в ведущих журналах как на русском языке, так и на иностранных. Этот проект должен способствовать совершенствованию научного туризма в регионе. Для его реализации в июне-августе 2010 г. на НИС «Эколог» и бригантине «Полярный Одиссей» успешно проведена экспедиция по Онежскому и Ладожскому озерам и Белому морю. Кроме этой экспедиции, клубом «Полярный Одиссей» (рук. В.Л. Дмитриев, Ю.В. Русанов) осуществлен этап экспедиции «Европейское кольцо», цель которой – пропаганда достижений российских путешественников-географов, привлечение внимания общественности к развитию яхтинга и водного туризма. В 2010 г. успешно проведена еще одна экспедиция под руководством рук. С.А. Никулина и В.Данкова. Цель проекта – всестороннее комплекс-

ное изучение одного из феноменов российской истории, который сохранился в литературе и народной памяти под названием «Осударева дорога».

Благодаря современным возможностям Русского географического общества создан современный архив, организованы экспедиции, созданы интернет-порталы, выпущены новые издания, телевизионные передачи, фильмы. При РГО был создан медиа-совет, цель работы которого – формирование информационной стратегии РГО, обеспечение взаимодействия Общества и средств массовой информации, а также координация его информационной, издательской и просветительской функций. Руководители РГО отмечают, что необходимо сделать переход к «зеленой экономике», развитию цивилизованного туристического бизнеса, изменению работы СМИ по пропаганде географических знаний.

Информацию о деятельности общества можно найти на новом сайте Русского географического общества www.rgo.ru.

УДК 338.48(470.12)

Чубиева И.В.

Козырев В.В.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ РЕСПУБЛИКИ КАРЕЛИЯ

В статье отражены вопросы разработки и продвижения стратегии информационного маркетинга туристско-рекреационных ресурсов Карелии.

Chubieva I.V., Kozyrev V.V. The Informational Promotion of the Tourist-Recreational Resources of the Republic of Karelia

This article addresses the issues concerning development and the marketing strategies for the informational marketing tourism and the recreational resources of Karelia.

Туризм на сегодняшний день представляет собой одну из наиболее интересных современных форм досуга, играющих заметную роль в расширении общих знаний и, в частности, культурной эрудиции человека. Туризм является средством отражения глобальных вызовов современности отдельными личностями в области самоосознания и поиска новой идентичности.

В условиях нарастающей конкуренции среди регионов на преобразование территориального управления оказывает серьезное влияние процесс информационного продвижения территориального продукта на внешнем и внутреннем рынках, направленный на создание новых ценностей.

Подобные акценты в территориальном маркетинге позволяют сформировать имидж территории и являются залогом создания сильного туристского бренда.

Брендинг территорий представляет важнейшим составляющим компонентом социально-экономической политики органов государственного управления, элементом национальной и региональной систем управления, выступающим в качестве инструмента конкуренции туристских дестинаций.

Авторы отмечают, что в настоящее время в Республике Карелия (РК) созданы предпосылки для формирования туристских региональных брендов, которые начинают рассматриваться на уровне республиканских властей. Продвижение территориального продукта может осуществляться с использованием всех инструментов маркетинговых коммуникаций: реклама, персональные (личные) и электронные продажи, мероприятия, стимулирующие спрос, работа с общественностью и др.

Стратегия регионального информационного продвижения представляет собой совокупность действий, направленных на продвижение положительной информации о регионе с целью создания, как во внутренней, так и во внешней среде, благоприятного отношения к региону, а также к продукции, выпускаемой на его территории и региональным условиям ведения бизнеса.

Можно выделить ряд стратегий, нацеленных на привлечение потребителей, развитие региональных туристских продуктов, с маркетинговой точки зрения их можно обозначить, как маркетинг имиджа; маркетинг притягательности; маркетинг инфраструктуры; маркетинг населения (трудовых ресурсов – трудовой маркетинг).

В Республике Карелия разработана и действует целевая программа «Информатизация Республики Карелия на 2008-2012 гг.», одной из целей которой является «Создание на территории республики современной инфраструктуры связи, необходимой для построения информационного общества...», «Создание общереспубликанского информационного пространства, интегрированного в российское и мировое информационное пространство». Однако, следует отметить, что, современная инфраструктура связи создается не республиканскими властями Карелии, а нерезидентными структурами, например операторами сотовой связи – «МТС», «Мегафон», «Билайн», «Теле 2».

Продвижение комплекса материальных и нематериальных активов (территориального продукта) Каре-

лии выглядит как единичные рекламные акции. Как правило, они приурочены к праздничным датам регионального или муниципального уровня. К ним можно отнести «День формирования Карелии как субъекта Советского государства» и «День образования города Петрозаводска». В республике проводится ряд мероприятий, которые претендуют на традиционный характер. К ним можно отнести «День рыбака» в городе Петрозаводске, «День юмора» в д. Киндасово, «Праздник Олонецких диких гусей», «Онежская регата», автомобильные ралли в Лахденпохском районе. Однако, данные мероприятия не имеют широкой известности в силу отсутствия целостных программ информационного продвижения. Продвижение туристского образа Карелии осуществляется через проведение выставок, конференций, ярмарок, осуществление международных проектов.

С 2000 г. на территории республики реализовано более 90 международных проектов в сфере туризма по программам ТАСИС, Совета Министров Северных стран, Фонда дикой природы, Баренц секретариата, Фонда «Евразия» и др. Среди них – Большие СВС-проекты ТАСИС «Развитие приграничного туризма в Российской части Баренцева Евро-Арктического региона», «Управление лесными ресурсами на Северо-Западе России: Карельский проект», «Развитие особо охраняемых природных территорий в приграничной полосе Республики Карелия», проект строительства МАПП «Суоперя-Кортесалми», «Развитие туризма на Северо-Западе России» и т.д.

Направление указанных мероприятий свидетельствует о попытках хаотичного позиционирования и продвижения Карелии как туристского региона. В то же время механизмы мониторинга и существующие показатели социально-экономического развития не позволяют определить эффективность проведенных мероприятий.

Формирование туристского бренда Карелии авторами предлагается начать с этапа проектирования (рис. 1), где будут решены организационные вопросы – создание территориально-функциональной структуры по работе над брендом территории, определение целей и задач брендинга.



Рис. 1. Этапы формирования туристского бренда Карелии

Аналитическая часть брендинга Карелии будет включать проведение исследования с целью выявления наиболее успешных территориальных образов, имиджей, брендов Карелии, России, зарубежных стран. Следует проанализировать степень влияния внешней среды и потенциал внутренней среды территории, возможность адаптации положительного опыта в области брендинга в условиях РК.

Важным этапом брендинга Карелии должно стать выявление и сегментация внешних рынков, целевых групп потребителей, на которых и для которых реализуются карельские товары и услуги. Исследование позволит определить степень позиционирования республики в настоящий момент. Результатом мониторинга данных этапов станет информация для формирования частных туристских брендов РК. Итогом брендинга представляется создание «зонтичного» туристского бренда, значительно расширяющего границы конкретных туристских продуктов и предполагающего распространение названий брендов на новые турпродукты и услуги других категорий. Мониторинг степени ожидания потребителей и работоспособности туристских частных и зонтичных брендов даст основу для совершенствования брендинга в регионе.

Таким образом, использование инновационных подходов в региональном управлении позволяет расширить представление о позиционировании региона, четче определить занимаемую нишу во внешней среде, разработать механизмы и мероприятия изменения образа республики.

Авторами 12.2009 г. проведен контекстный анализ существующих ассоциативных образов территории Карелии в сети Интернет (самой широкой целевой аудитории на сегодняшний день) с целью определения

позиционирования территории республики. Результаты поиска по ключевому слову «Карелия» на наиболее популярных поисковых сайтах (Google, Yandex и Rambler) по первым тридцати позициям каждой системы показали, что практически 75 % ассоциаций с Карелией связаны со сферой туризма и отдыха в республике, 5 % с образованием и образовательными проектами, 3 % молодежными программами и спортивными мероприятиями, 3 % с информационными услугами в республике, 2 % с ведением и организацией производства и 2 % с другими сферами социально-экономической, культурной жизнью.

Около 10 % образов республики можно отнести к культурному и историческому наследию Карелии. Поскольку культурно-исторический потенциал республики, являющийся объектом туристской привлекательности, включен в туристские туры и экскурсии, автор предполагает, что ассоциативный образ Карелии как территории туризма и отдыха, значительно выше.

Петрозаводск, в частности, рассматривается как один из крупнейших на Северо-Западе России научно-образовательных и гуманитарно-культурных центров. Ассоциативные образы столицы Карелии, как центра крупной промышленности, в данной выборке фактически отсутствуют. Регион отличается привлекательностью в плане развития молодежных программ и проектов, развития спортивных объединений. Республику представляют как благоприятное место для проведения спортивных мероприятий, образовательных, информационных, консультационных, а также бизнес-услуг. Карелия рассматривается и как стартовая точка, транзитный пункт, или, как место, фактического нахождения туроператора или турагента. Не более 2 % источников напоминают о Карелии, как сырьевой базе РФ.

В Республике Карелия необходимо создание структуры, функционал которой заключался бы в информационном маркетинге территории. Организационная форма данной структуры может быть представлена в виде обособленного подразделения или отдела при исполнительном органе власти, отдельного агентства или центра маркетингового развития территории. Например, за рубежом работу в данной области осуществляют промоушн-агентства, такие как Invest in Britain Bureau (IBB) (Великобритания), Investment Canada (CINDE) (Канада), Investment Coordinating Board (ВКРМ) (Индонезия), Malaysian Industrial Development Authority (MIDA) (Малайзия) и др. Подобные организации работают и в российских регионах, так например, государственное унитарное предприятие «Информационно-аналитическое агентство Читинской области» (с 1996 г.), «Нижегородский региональный центр маркетинга» в Нижнем Новгороде. Деятельность данных организаций направлена на целенаправленное и планомерное продвижение в общественное сознание нового взгляда на территорию, как регион, с высоким экономическим, туристско-рекреационным и культурным потенциалом.

На сегодняшний день основные плановые документы развития Карелии формируются с частичным использованием маркетинговых принципов и требуют расширения использования маркетингового инструментария. Необходимость разработки на уровне стратегического планирования Карелии отдельной республиканской программы по информационному маркетингу в рамках «Стратегии социально-экономического развития Республики Карелия», не вызывает сомнения.

Возможный вариант региональной информационной стратегии в рамках «Стратегии социально-экономического развития Республики Карелия» (региональной маркетинговой стратегии) представлен на рисунке 3.

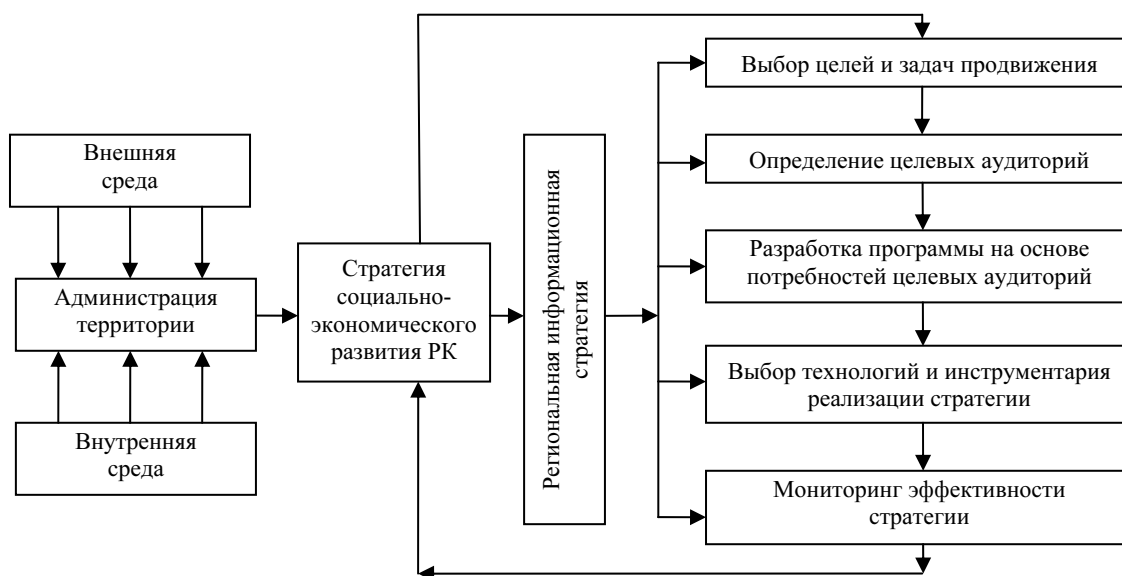


Рис. 3. Схема стратегии информационного маркетинга

В документах планирования обозначены задачи по формированию бренда региона и его продвижения, но нет механизмов реализации процесса брендинга.

Продвижение региона имеет статистически значимое влияние на приток иностранных инвестиций. Реализация стратегии будет способствовать оптимизации структуры экономики, созданию узнаваемой системы уникальных особенностей региона через развитие его продуктовой специализации и расширению потенциальных рынков сбыта региональных продуктов и услуг, а также приведет к максимальному и сбалансированному использованию ресурсов региона и получению продукта с высокой долей добавленной стоимости. Комплекс реализации региональной информационной стратегии способствует формированию имиджа региона, консолидации его образа в целом, способствует процессу брендинга на региональном уровне.

Система количественных и качественных показателей, используемых при мониторинге социально-экономического процесса развития региона, требует доработки с целью всестороннего охвата качества жизни в регионе. На уровне развития муниципальных образований и поселений подобные программы должны носить локальный характер в рамках стратегического планирования этих мест.

УДК 338.486(470.22)

Шмуйло Т.П.

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА – ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ КОНЦЕПЦИИ «ВОЗРОЖДЕНИЕ КАРЕЛИИ» НА ПЕРИОД ДО 2012 ГОДА

В статье рассмотрено одно из экономических направлений Концепции социально-экономического развития Республики Карелия на период до 2012 г. «Развитие туризма», используемые механизмы при решении задач, определенных по данному направлению в 2009 году.

Shmuylo T.P. Development of Tourism as One of the Directions of the Conception «Revival of Karelia» for the Period until the 2012th Year

One of the economic directions («Development of Tourism») in the Conception for the socio-economic development of the Karelian Republic for the period until the 2012th year, and the mechanisms used in the process of the tasks' resolve defined in the course of the given direction in the 2009th year are specified in the article.

В Концепции социально-экономического развития Республики Карелия на период до 2012 г., утвержденной Постановлением Законодательного Собрания РК от 04.06.2006 г., отмечено, что все действия Правительства, Законодательного Собрания Республики Карелия и органов местного самоуправления, направленные на решение важнейших социально-экономических задач развития республики, осуществляются по трем направлениям: организационное, экономическое и социальное. Согласно Концепции, вопросы развития туризма относятся к экономическому направлению.

Основной целью развития туризма до 2012 г., определенной в Концепции, является совершенствование в Республике Карелия современного туристского комплекса, упрочение благоприятного имиджа республики на российском и международном рынках туристских услуг. Для достижения поставленной цели определены основные задачи¹:

- Закрепление и развитие позитивных тенденций в формировании современной конкурентоспособной туристской индустрии в республике.
- Поиск партнеров, заинтересованных в привлечении инвестиций в объекты туристской инфраструктуры.
- Активизация государственной республиканской политики в сфере туризма.
- Обеспечение безопасности туристов.
- Увеличение инвестиционной привлекательности туризма в Карелии.
- Создание республиканских туристских брендов.

При решении основных задач, определенных в Концепции, в 2009 г. использовались следующие механизмы:

- Реализация мероприятий региональной целевой программы «Развитие туризма в Республике Карелия на период до 2010 года».
- Активизация выставочно-ярмарочной деятельности.
- Реализация инвестиционных проектов в сфере туризма.
- Поддержка инициатив местного населения по развитию различных (в частности, сельского) видов туризма.

¹ Концепция социально-экономического развития РК до 2012 г. «Возрождение Карелии».

• Участие Республики Карелия в международных, общероссийских и региональных туристских выставках. Карелия в течение осенне-весенней выставочной кампании приняла участие в 8 международных и межрегиональных туристских выставках.

• Организация и проведение ежегодной специализированной туристской выставки «Карелия туристская».

• Организация Дней Республики Карелия в Москве.

• Участие в Федеральном проекте «Территория» в рамках Всероссийского молодёжного образовательного форума «Селигер – 2009» (август).

• Изготовление рекламно-информационных и презентационных материалов для обеспечения мероприятий по продвижению республики на российский и международный рынки туристских услуг.

• Организация и проведение ежегодного конкурса организаций и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность на территории Республики Карелия, «Лидеры карельского турбизнеса».

• Внедрение новых информационных технологий в процесс государственного регулирования развития туризма.

• Республика участвовала коллективным стендом в важнейших международных выставках «МАТ-КА» (январь, Хельсинки) и «ИНТУРМАРКЕТ» (март, Москва).

• Изготовление рекламно-информационных и презентационных материалов о туристском потенциале Карелии и размещению информации о деятельности Минэкономразвития РК, ГУ «Информационный туристский центр РК» и туристских фирм республики в республиканских, российских и зарубежных средствах массовой информации.

• Проведение семинара «Повышение эффективности работы туристских компаний в условиях кризиса» в Петрозаводске, учебного семинара «Практические вопросы развития сельского туризма» в Пудожском муниципальном районе, обучающего семинара в рамках реализации международного проекта «Самозанятость – путь к успеху!» в Эссойльском и Святозерском сельских поселениях Пряжинского муниципального района.

• Участие в Международном семинаре по вопросам перспектив развития трансграничного туризма.

• Реализация проекта Фонда «Новая Евразия» «Образование. Туризм. Развитие. Российско-норвежское партнерство в системе непрерывного образования»².

Использование перечисленных механизмов позволило достичь определенных результатов.

Развитие туризма в Республике Карелия в 2009 г. происходило в условиях финансово-экономического кризиса, оказавшего существенное воздействие на динамику развития отрасли.

Так объём внебюджетных вложений в развитие инфраструктуры туризма сократился на 23 % (452,7 млн руб. против 590 млн руб. в 2008 г.) (рис. 1).

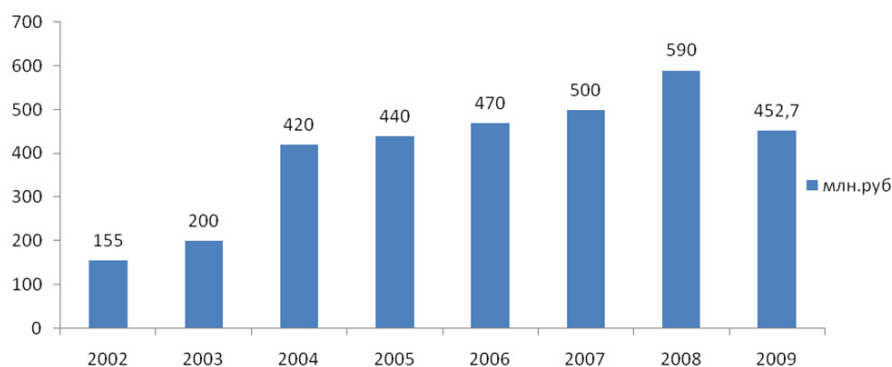


Рис. 1. Объем внебюджетных инвестиций в инфраструктуру туризма

Следует заметить, что с 2002 г. по 2008 г. наблюдалась положительная динамика. По сравнению с 2003 г. увеличение в 3,8 раза³.

Общее количество посетителей республики сократилось с 1,83 до 1,65 млн (на 9,8 %). Поток организованных туристов и экскурсантов уменьшился на 18,3 % (с 560 до 457,5 тыс. чел.).

² Электронный ресурс <http://www.gov.karelia.ru/gov/Power/Committee/Sport/tourism.html>

³ Отчет Министерства экономического развития по результатам 2008 г.

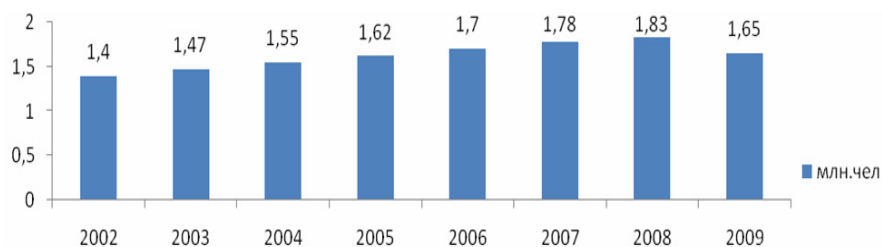


Рис. 2. Численность посетителей республики

Объём туристско-экскурсионных и гостиничных услуг по итогам 2009 г. составил 92,1 % от уровня предыдущего года (580 против 630 млн руб.) (рис. 3).

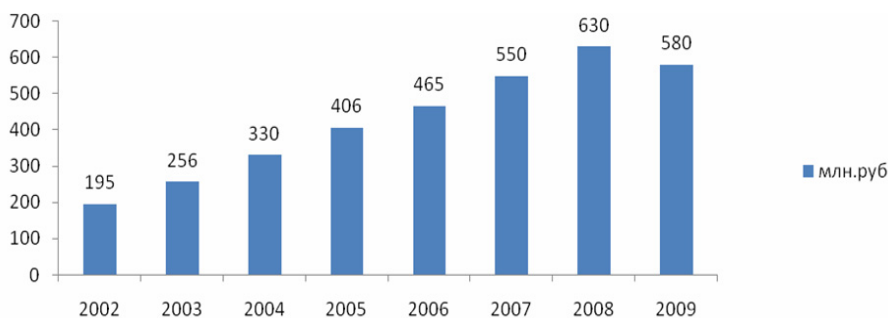


Рис. 3. Туристско-экскурсионные и гостиничные услуги

Несмотря на достигнутые результаты, в отрасли существуют определенные проблемы, требующие решения. Это касается и устойчивого развития отрасли, укрепления системы государственной поддержки развития туризма в Республике Карелия.

Для решения существующих проблем определены новые задачи. Среди них разработка и принятие бюджетной целевой программы «Развитие туризма в Республике Карелия на 2011-2015 годы», внедрение результатов разработки Генеральной схемы размещения объектов и инфраструктуры туризма в Республике Карелия, продолжение работы по формированию на территории Республики Карелия туристского кластера, корректировка ценовой политики предприятий туристической индустрии республики с целью повышения конкурентоспособности региональных туристских продуктов и качества предоставляемых туристских услуг, внедрение новых информационных технологий и результатов научных исследований в процесс государственного регулирования туристской деятельности.

УДК 338.486

Юринов М.Н.

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ КАРЕЛИЯ

(по материалам доклада)

В статье акцентируется внимание на роли государственного управления развития туризма в регионе.

Yurinov M.N. Forming of the System of the National Regulation of Tourism in a Region on the Example of the Karelian Republic (on the materials of the report)

In the article, it is paid attention to the role of the national management for the tourism development in a region.

Столице нашей Республики Карелия – г. Петрозаводску не раз доводилось проводить масштабные мероприятия, объединяющие представителей турбизнеса, органов власти, оказывающих государственную поддержку развитию отрасли, научных и образовательных учреждений в сфере туризма.

Актуальность Форума состоит в его проблематике.

Решение о проведении Форума принято Правительством Республики Карелия в целях организации эффективной работы по реализации основных положений Послания Президента Российской Федерации от 12 ноября 2009 г. о создании условий для стабилизации экономики и предпосылок её дальнейшего устойчивого развития.

Тема форума актуальна, важно оценить роль, которую играет и может играть туризм в модернизации экономики российских регионов, определить эффективность государственного управления в данных процессах и его инструментарий.

Карелия, обладая выгодным геополитическим положением, богатыми рекреационными ресурсами и многовековым культурно-историческим наследием, занимает особое место на туристском рынке и вызывает неослабевающий интерес у россиян и иностранцев.

Уникальная северная природа и архитектура карельского края привлекают туристов практически со всего мира.

Природа Карелии удачно сочетает в себе лесные, озерные и приморские ландшафты. В республике действует сеть заповедников и национальных парков.

Тот факт, что на территории Республики Карелия находится около четырех тысяч культурно-исторических и природных памятников, позволяет считать республику одним из туристских центров Северо-Западного Федерального округа.

В Республике Карелия сложились благоприятные условия для рекреации и развития различных видов туризма: культурно-познавательного, экологического, спортивного, водного, сельского.

По данным независимых информационных агентств Карелия удерживает третье место по общей туристской привлекательности для отечественных туристов и первое место по привлекательности в области активных видов туризма.

Система стратегического управления развитием туризма разработана Правительством Республики Карелия, базируясь на концепции социально-экономического развития Республики Карелия на период до 2012 г., определившей туризм в качестве одной из приоритетных отраслей экономики республики. Ввиду своего высокоагрегированного характера отрасль выступает «локомотивом» регионального социально-экономического развития, оказывая заметное стимулирующее влияние на развитие широкого круга отраслей, вовлеченных в организацию обслуживания туристов и производство комплексного туристского продукта.

Главная задача, стоящая перед отраслью, – повысить вклад туризма в экономику республики, в том числе за счёт увеличения количества рабочих мест, налоговых поступлений в республиканский бюджет, притока иностранной валюты, сохранения и рационального использования культурного и природного наследия Карелии.

В Стратегии социально-экономического развития Республики Карелия до 2020 г. туризму впервые определена миссия – стать составляющей экономической базы региона. Определена новая стратегическая цель региональной экономической политики: «формирование в республике высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса».

В Республике Карелия разработана Стратегия развития туризма до 2020 г., содержащая целевые показатели развития туризма на долгосрочную перспективу:

- доведение доли туризма в валовом региональном продукте до 15 %;
- увеличение потока посетителей в РК до 3,5 млн человек в год.

Основным звеном системы государственного регулирования туризма являются бюджетные целевые программы, главная цель которых – повысить вклад туризма в социально-экономическое развитие республики.

Среднесрочные республиканские целевые программы развития туризма в Республике Карелия на 2000-2002, 2003-2006 гг. и на период до 2010 г. детализировали мероприятия по развитию туризма в республике, ресурсно-организационное обеспечение их реализации.

Региональные целевые программы развития туризма являются, в свою очередь, базой для разработки кратко- и среднесрочных программ развития туризма в муниципальных образованиях, регламентируют порядок взаимодействия Министерства экономического развития Республики Карелия – основного исполнителя республиканских Программ – других министерств и ведомств, администраций муниципальных образований республики с рядом межведомственных, общественных и научных организаций, субъектов хозяйственной деятельности, вовлечённых в процессы организации и регулирования туристской деятельности на территории Карелии.

Результаты, достигнутые за последние годы в развитии туризма в Республике Карелия, динамика развития отрасли, недопущение значительного спада значений показателей, характеризующих развитие туризма в республике, в период финансово-экономического кризиса наглядно демонстрируют обоснованность и жизнеспособность программно-целевого подхода, внедрённого в систему государственного регулирования развития туризма в республике.

Несмотря на некоторое снижение ряда ключевых показателей, произошедшее по объективным причинам, рост за годы реализации трёх программ развития туризма – с 2000 г. по 2009 г. – составил:

- общего количества посетителей республики – 1,3 раза (с 1,28 до 1,65 млн чел. в год). При этом доля организованных туристов и экскурсантов увеличилась с 18 до 30 %;
- валового дохода от всех видов въездного туризма в республику – 2,9 раза (с 1,3 до 3,8 млрд руб. в год);
- объёма туристско-экскурсионных и гостиничных услуг – 4,4 раза (со 132 до 580 млн руб. в год);
- объёма внебюджетных инвестиций в инфраструктуру туризма – 4,3 раза (со 105 до 450 млн руб. в год).

Необходимым условием создания современного туристского комплекса, определяющим как степень его эффективности, так и конкурентоспособность, является формирование в республике развитой туристской инфраструктуры, удовлетворяющей международным требованиям.

В результате принятых Министерством мер обеспечено дальнейшее повышение инвестиционной привлекательности туристской отрасли.

Важнейшим мероприятием в сфере государственной поддержки развития инфраструктуры туризма явилась разработка в 2007-2008 гг. пилотной для субъектов РФ Генеральной схемы размещения объектов и инфраструктуры туризма в Республике Карелия. Для каждой из 12 отобранных зон туризма и отдыха республики разработаны Карты-схемы перспективного развития с нанесенными на них существующими и планируемыми объектами туризма и инфраструктуры, пояснительные записки к Картам-схемам, экономические обоснования и оценки потребности в инвестициях. Для 7 участков проработаны детальные планировочные эскизы.

На одном из них – о. Пеллотсари в Сортавальском муниципальном районе – завершается реализация проекта строительства «зелёной стоянки» для круизных судов.

Материалы Генсхемы использовались при разработке Схемы территориального планирования Республики Карелия. Правительство Республики Карелия рекомендовало органам местного самоуправления муниципальных образований республики использовать при разработке документов территориального планирования материалы Генеральной схемы.

Ввиду того, что развитие туризма является одним из наиболее перспективных направлений диверсификации экономики, Генеральной схеме отводится важная роль при разработке комплексных инновационных планов модернизации монопрофильных населённых пунктов, расположенных на территории 10 муниципальных районов Республики Карелия.

На основании представленного республикой пакета документов стратегического планирования Министерство регионального развития РФ в рамках доработки проекта Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ до 2020 г. (в части регионального развития) определило Республику Карелия в качестве территории опережающего развития туризма наряду с Алтаем, Республикой Бурятия и Краснодарским краем.

Поддержка решения о проведении Форума в Карелии Министерством спорта, туризма и молодёжной политики РФ, Министерствами экономического и регионального развития РФ ещё раз свидетельствуют как о высоком месте республики в туристском комплексе страны, так и в целом о роли туризма в экономике России.

Говоря о совершенствовании государственного регулирования развития туризма в республике, необходимо особо отметить существенный вклад в разработку систем стратегического и территориального планирования развития отрасли представителей науки – в первую очередь – Карельского научного центра Российской Академии наук, Института экономики Карельского научного центра РАН, ФГУ «Российский государственный научно-исследовательский и проектный институт Урбанистики».

УДК 332.13:338:48

Юрьева А.А.

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА

В статье рассмотрены элементы формирования и развития информационно-коммуникационного пространства предприятий туристской сферы. Обоснованы подходы к развитию информационных секторов производства и потребления туристского продукта в разрезе федеральных округов РФ и отдельных территорий.

Yrieva A.A. The Information-Communicative Space of the Tourist Business

The article deals with the elements of the formation and development of the information-communication space of the tourist enterprises. The approaches to development of the information sectors of production and consumption of the tourist product in the context of the federal districts of Russia and certain territories are given prove.

Современное развитие общества характеризуется степенью информатизации ее элементов, независимо от того, какое измерение требуется – экономическое, политическое, социальное или религиозное, а также исторический период (временной лаг) такого измерения. Характер информатизации общества оценивается возможностью формирования эффективной системы коммуникационного пространства. Задача такого развития требует своего решения на всех уровнях субъектно-объектных отношений, так как применение информационно-коммуникационных технологий имеет решающее значение для повышения производительности и оптимизации деятельности предприятий и организаций практически всех секторов экономики, и, в особенности, сферы услуг.

Информационно-коммуникационное пространство туристского бизнеса в первую очередь опирается на ресурсно-инструментальную базу конкретной территории и включает:

- законодательное обеспечение предоставления туристских услуг;
- мультисервисную сеть связи между компаниями туристской индустрии, включая электронный документооборот;
- предоставление электронных услуг клиентам;
- государственные инициативы по развитию ИКТ-технологий в туристском бизнесе;
- подготовку специалистов туристской индустрии.

Пространственное отдаление мест разработки и представления турпродукта от мест его потребления является основой формирования экономических связей и взаимодействия субъектов рыночных отношений на межрегиональном и межстрановом уровне. Степень коммуникационной устремленности региональных экономических субъектов формирует направления и эффективность развития партнерских отношений. Система информационных технологий, используемых в туризме, состоит из компьютерной системы бронирования и резервирования, системы проведения телеконференций, видеосистем, компьютеров, информационных систем управления, электронных информационных систем всех видов транспорта, электронной пересылки денег, телефонных сетей и других средств интегрированной системы коммуникаций в организации и управлении продвижения туристского продукта (или услуги).

Формирование инфокоммуникационного пространства возможно:

1. По направлению осуществления коммуникации, в том числе по степени интеграции и адаптивности коммуникации – производители коммуникации (туроператоры), поставщики коммуникации (турагенты), посредники коммуникативного процесса (туроператоры и турагенты), конкуренты по осуществлению коммуникации (туроператоры и турагенты).

2. По степени открытости коммуникативному процессу – любые контактные аудитории, проявляющие реальный или потенциальный интерес к целям коммуникативного процесса, а также оказывающие влияние на возможность достижения поставленных целей коммуникации. Это финансовые структуры (банки, инвестиционные компании и др.), общественные организации, контактные аудитории средств массовой информации (редакции газет и журналов, телецентры и радиостанции, интернет), население, органы власти.

3. По степени коммуникационной устремленности и ожиданий менеджмента – субъекты, заинтересованные и стремящиеся развивать коммуникационные связи и субъекты, просчитывающие коммуникационные альтернативы при принятии решений.

Эффективная модель продвижения туристского продукта с учетом территориальных особенностей должна учитывать:

- базисные параметры региона, территории (природа, история, география территории);
- масштаб (размер) коммуникации и ее насыщенность элементами коммуникационной среды;
- социально-экономические параметры (структура экономики, уровень затрат, спрос и предложение на рынке, инвестиции, социальные факторы);
- надстроечные параметры (уровень технологий, уровень коррупции, экологические параметры).

Основу туристской индустрии составляют фирмы туроператоры и турагенты, занимающиеся комплектацией туров (путевок) и их продажей, фирмы, предоставляющие услуги по размещению и питанию туристов (гостиницы, кемпинги и др.), транспортные, экскурсионные услуги; продвигающие рекламную и сувенирную продукцию.

В таблице 1 представлено распределение турфирм в разрезе федеральных округов по видам деятельности. Так, в целом по РФ наибольшее число туристских фирм зарегистрированы в Центральном и Приволжском федеральных округах (26,7 % и 20,5 %), наименьшее – в Дальневосточном федеральном округе (6,6 %) и являются турагентами (73,9 % в РФ, 27,2 % в ЦФО)¹.

Таблица 1

Распределение турфирм по видам деятельности в 2008 г.

Наименование по округам	Число турфирм, ед. (%)	Формирование, продвижение и продажа туров			Иная тур. деятельность, ед. (%)	Только экскурсионная, ед. (%)
		Туроператор, ед. (%)	Турагент, ед. (%)	Путевок, ед. (%)		
Всего РФ	6477 (100)	925 (100)	4787 (100)	164 (100)	290 (100)	308 (100)
Центральный	1733 (26,7)	242 (26,1)	1303 (27,2)	34 (20,7)	97 (33,4)	56 (18,2)
Северо-Западный	591 (9,1)	146 (15,8)	367 (7,7)	7 (4,3)	41 (14,1)	30 (9,7)
в т.ч. Республика Карелия	55 (0,8)	16 (11,0)	28 (0,6)	-	7 (2,4)	4 (1,3)
Южный (по 2009 г.)	912 (14,1)	152 (16,4)	511 (10,7)	46 (28,0)	51 (17,5)	152 (49,3)
Приволжский	1331 (20,5)	77 (8,3)	1169 (24,4)	30 (18,3)	33 (1,0)	20 (6,5)
Уральский	650 (10,0)	31 (3,4)	585 (12,2)	12 (7,3)	11 (0,3)	11 (0,3)
Сибирский	835 (12,9)	115 (12,4)	636 (13,3)	31 (18,9)	28 (9,6)	25 (8,1)
Дальневосточный	425 (6,6)	162 (17,5)	216 (4,5)	4 (2,4)	29 (10,0)	14 (4,5)

¹ Основные показатели деятельности основных отраслей экономики. Туризм [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. ЦБСД. [Официальный сайт] URL: <http://www.gks.ru/dbscripts/Cbsd/DBInet.cgi?pl=2379126>

Конкретный вид туристской деятельности фирмы определяет направление формирования внешней (межрегиональной, международной) коммуникации с учетом ряда основополагающих принципов.

Во-первых, это принципы, связанные с выбором определенной стратегии развития туризма. Здесь учитывают степень межрегиональной устремленности и ожиданий менеджмента фирмы, конкретный вид туристской деятельности как источник коммуникационной стратегии и географию предоставления туристской услуги.

Во-вторых, принципы, связанные с измерением масштабы коммуникации (информационная, производственная, сбытовая, социальная).

В отличие от многих сфер экономической деятельности, туризм формирует информационное производство. То есть основной продукт потребления выражен в форме информационных потоков о наличии, стоимости, качестве и комплектации услуг.

В информационной сфере выделяют три основных составляющих (информационных сектора)²:

- сектор информационного производства;
- сектор информационных услуг;
- сектор потребления информации.

В связи с этим возможны несколько подходов к решению задачи выбора и обоснования системы показателей, позволяющей с требуемой точностью оценить состояние информационной сферы и прогнозировать ход ее развития. Первый подход оценивает уровень развития инфосферы по уровню развития сектора потребления информации. Основными индикаторами могут служить уровень телефонизации и цифровизации территорий (число телефонных аппаратов в городской и сельской местности, в том числе квартирных; проникновение сети интернет, в т.ч. ШПД; сотовая связь, количество компьютеров (на 100 чел. населения и 100 работающих на предприятии)).

Второй подход состоит в оценивании уровня развития информационной сферы по степени развитости сектора информационных услуг, как системы массового обслуживания. Третий подход определяет степень применения новейших информационных технологий, развитость коммуникационных сетей и другие технические возможности осуществления коммуникации³.

Затраты на инфокоммуникационные технологии в РФ ежегодно растут. Основная доля затрат приходится на оплату услуг связи (31,4 %), приобретение вычислительной техники (27,5 %), оплату услуг сторонних организаций и специалистов по ИТ (17,5 %), приобретение программных средств (15,9 %), обучение сотрудников, связанное с развитием и использованием ИТ (0,8 %)⁴.

В разрезе округов наибольшая доля общих затрат на ИТ приходится на Центральный федеральный округ (38,0 %), наименьшая – на Дальневосточный (4,9 %). Северо-Западный федеральный округ занимает четвертое место (11,4 %). Доля Республики Карелия по финансовым вложениям в развитие рынка ИТ составляет 2,8 % по СЗФО (9 место среди регионов СЗФО) и 0,2 % по РФ. Лидирующие позиции в СЗФО по доле общих вложений на развитие рынка ИКТ занимают Санкт-Петербург (57,8 %), Ленинградская область (8,5 %, приграничная территория) и Республика Коми (7,9 %) – соответственно первая, вторая и третья позиции. Доля приграничных территорий по финансовым вложениям в развитие информационного рынка составляет – Мурманской области 4,2 %, 6 место среди регионов СЗФО и 0,5 % по РФ), Калининградской области – 3,4 %, 7 место среди регионов СЗФО и 0,4 % по РФ, Республики Карелия – 2,8 %, 9 место среди регионов СЗФО и 0,3 % по РФ. Последнее место принадлежит Псковской области – 2,3 % по регионам СЗФО и 0,2 по РФ⁵.

В общей структуре затрат⁶ на оказание туристских услуг предприятиями туристской сферы в РФ в 2008 г., затраты на приобретение прав на услуги сторонних организаций составляют 58 %⁷. А в структуре затрат по округам: в Центральном – 47,7 %, Северо-Западном – 83,2 %, Южном – 39,0 %, Приволжском – 28 %, Уральском – 76,4 %, Сибирском – 55 %, Дальневосточном – 63,1 %.

В группе затрат на приобретение прав турфирмами на услуги сторонних организаций, лидирующие позиции принадлежат статье «размещение и проживание» во всех федеральных округах, кроме Дальневосточного (здесь лидирует статья затрат «транспортное обслуживание»). Выше среднероссийских показателей отмечены статьи затрат (рис. 1):

² Юсупов Р.М., Заболотский В.П. Показатели развития информационного общества /Региональная информатика-2008 (РИ-2008). [Текст] – СПб, 2009. – С. 107.

³ Там же. С. 107-108.

⁴ Затраты на информационные и коммуникационные технологии/Регионы России. Социально-экономические показатели. 2008: P32 Стат. сб. / Росстат [Текст] – М., 2008. – С. 706.

⁵ Затраты на информационные и коммуникационные технологии/Регионы России. Социально-экономические показатели. 2008: P32 Стат. сб. / Росстат [Текст] – М, 2008. – С. 706.

⁶ Затраты на оказание туристских услуг. Основные показатели деятельности основных отраслей экономики. Туризм [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. ЦБСД. [Официальный сайт] URL: <http://www.gks.ru/dbscripts/Cbsd/DBInet.cgi?pl=2379076>

⁷ Затраты на приобретение прав на услуги сторонних организаций, используемые при производстве туристского продукта. Основные показатели деятельности основных отраслей экономики. Туризм [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. ЦБСД. [Официальный сайт] URL: <http://www.gks.ru/dbscripts/Cbsd/DBInet.cgi?pl=2379028>

- «размещение и проживание» (среднее по РФ – 53,1 %) – в Уральском и Центральном федеральном округе (соответственно 70,1 % и 57,2 %);
 - «транспортное обслуживание» (среднее 31,6 %) – в Приволжском (46 %), Сибирском (42,3 %), Дальневосточном (40,5 %) и Северо-Западном (35,4 %) федеральных округах;
 - «питание» (среднее 4,9 %) – в Приволжском (16,4 %) и Дальневосточном (6,1 %) федеральных округах;
 - «экскурсионное обслуживание» (среднее 2,8 %) – в Центральном (3,9 %) и Северо-Западном (2,9 %).
- Данная статья затрат формируется в ЦФО в основном по г. Москве (67,6 %) и Московской области (15,8 %), в СЗФО – по г. Санкт-Петербургу (85,8 %);
- «визовое обслуживание» (среднее по РФ 0,4 %) – в Дальневосточном (1,3 %), Сибирском (1,2 %) и Южном (0,9 %) федеральных округах;
 - «услуги культурного и спортивного характера» (среднее 0,3 %) – в Северо-Западном (4,4 %) и Приволжском (1,2 %) федеральных округах;
 - «иные услуги» (среднее 6,5 %) – в Дальневосточном (11,9 %), Южном (8,5 %), Северо-Западном (7,7 %) и Центральном (7 %) федеральных округах. Иные услуги включают услуги по производству и размещению туристского продукта (реклама, переговорная деятельность, маркетинговые исследования и соц. опросы, обеспечение современного телекоммуникационного сообщения с клиентами и партнерами);
 - «медицинское обслуживание» (среднее 0,4 %) – в Центральном (0,7 %) и Дальневосточном (0,6 %).

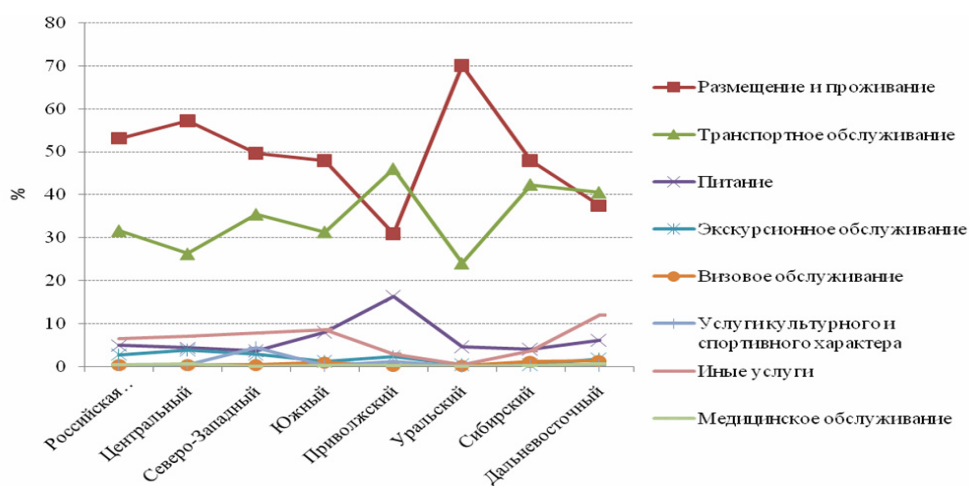


Рис. 1. Затраты на приобретение прав на услуги сторонних организаций (при производстве туристского продукта) в РФ в 2008 г., %

В Северо-Западном Федеральном округе территориальное распределение затрат на приобретение прав турфирмами на услуги сторонних организаций⁸, лидирующие позиции также принадлежат статье «размещение и проживание», во всех регионах, кроме Мурманской области (здесь лидирует статья затрат «транспортное обслуживание»). Выше средних по округу показателей отмечены статьи затрат (рис. 2):

- «размещение и проживание» (среднее по СЗФО – 49,6 %) – в Архангельской (80,4 %), Псковской (51,8 %), Вологодской (51,2 %) и Новгородской (51,1 %) областях;
- «транспортное обслуживание» (среднее 35,4 %) – в Мурманской области (63,3 %) и Санкт-Петербурге (36,4 %);
- «питание» (среднее 3,6 %) – в Новгородской (31,9 %), Псковской (21,5 %), Вологодской (16,1 %), Ленинградской (10,9 %) областях и Республике Карелия (17,7 %);
- «экскурсионное обслуживание» (среднее 2,9 %) – в Ленинградской (10,7 %), Вологодской (9,8 %) и Новгородской (8,6 %) областях;
- «визовое обслуживание» (среднее 0,3 %) – Калининградской (1,8 %), в Новгородской (0,9 %), в Карелии (0,7 %);
- «услуги культурного и спортивного характера» (среднее 4,4 %) – в Вологодской области (6,4 %);
- «иные услуги» (среднее 7,7 %) – в Мурманской области (19,7 %) и Карелии (14,3 %);
- «медицинское обслуживание» (среднее 0 %) – в Псковской и Вологодской областях (по 0,8 %).

⁸ Затраты на приобретение прав на услуги сторонних организаций, используемые при производстве туристского продукта. Основные показатели деятельности основных отраслей экономики. Туризм [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. ЦБСД. [Официальный сайт] URL: <http://www.gks.ru/dbscripts/Cbsd/DBInet.cgi?pl=2379028>

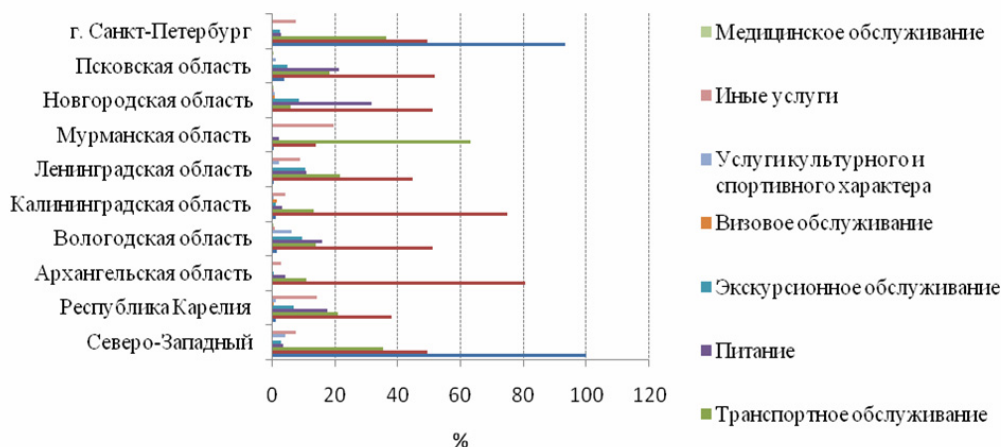


Рис. 2. Затраты на приобретение прав на услуги сторонних организаций (при производстве туристского продукта) в СЗФО в 2008 г., %

Наибольший процент реализации путевок отмечен в Центральном федеральном округе (25,9 % от общего числа реализованных путевок в РФ), при этом стоимость путевок в данном регионе в разы выше, чем в среднем по федеральным округам. К примеру, в Дальневосточном федеральном округе процент реализации путевок также очень высок (25,5 %) одновременно при самой низкой в РФ цене на путевки. Анализ полученной выручки, затрат на оказание туруслуг туристскими компаниями, числа и стоимости реализованных путевок показал положительное сальдо в доходах и расходах турфирм во всех федеральных округах, кроме Центрального (рис. 3). Несмотря на имеющийся ресурс, территория недостаточно развивает альтернативные способы продвижения турпродукта с помощью интернет и системы виртуального обслуживания клиентов. Это может значительно расширить традиционную модель коммуникаций, прежде всего в части обработки и управления совместно используемой информацией.

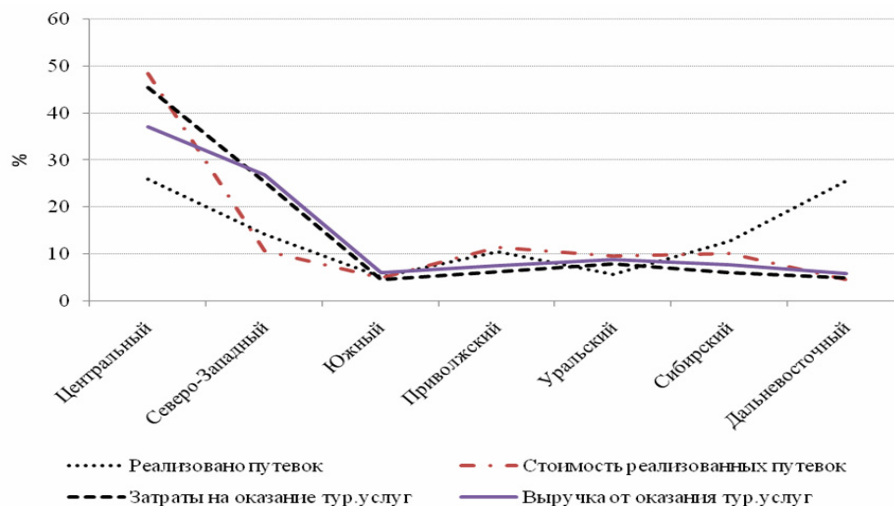


Рис. 3. Развитие инфокоммуникационной среды предприятиями туристской сферы в РФ в 2008 г.

Серьезного внимания требуют вопросы развития информационно-коммуникационных технологий в рамках отдельных субъектов РФ, в том числе и «малотуристских» территорий, т.е. территорий, где туристские услуги мало представлены или не представлены вообще.

Развитие такой услуги, как увеличение скорости доступа, а также расширение использования интернет в районных центрах, в том числе в сельской местности, позволит открыть широкие перспективы для развития электронной торговли и электронных платежных систем.

Эффективность становления информационно-коммуникационного пространства туристского бизнеса в значительной степени должна подкрепляться поддержкой со стороны властных структур (на всех этапах продвижения туристской услуги), реализацией инвестиционных инициатив, координацией ресурсного центра (на местном уровне) по информатизации туристского бизнеса. Кроме того, важнейшей задачей становится создание системы комплексного ИКТ-обучения и сертификации специалистов туристского бизнеса.

ТУРИЗМ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ

Проанализировано развитие мирового туризма по итогам 2009 г. и сделан прогноз развития в текущем году, исследованы наиболее привлекательные виды туризма для РФ и проанализировано развитие туризма в регионах, обоснован туристский потенциал регионов России, обоснованы проблемы, препятствующие развитию внутреннего туризма в нашей стране.

Yamaev R.B. The Tourism as a Factor of Development of Russian Regions

In this article, the development of the world tourism in 2009 and development of the tourism in regions have been analyzed. The prognosis for development in this year has been elaborated as well. Kinds of the tourism more attractive for the Russian Federation have been investigated. The tourist potential in regions of Russia and problems obstructing development of the internal tourism in our country has been well-grounded.

По данным отчета Всемирной туристической организации ООН (ЮНВТО) «Барометр мирового туризма» в 2009 г. мировой туристический рынок на 4,3 %, а наибольшее падение въездного туристического потока – на 5,6 % – было отмечено в европейских странах, которые являются наиболее популярными в туристическом плане, и которые посетило в 2009 г. 460 млн туристов. Причиной такого спада эксперты называют мировой экономический кризис и пандемию гриппа А(N1H1). Несмотря на спад туристического потока по итогам прошлого года, в этом году эксперты ожидают рост.

Если рассматривать в этом контексте предпочтения туристов, то они пока не меняются: туристы выбирают путешествия на короткие расстояния и не уезжают далеко от дома. На некоторых направлениях внутренний туризм перенес кризис лучше и даже значительно вырос, зачастую это было связано с поддержкой государства и специальными государственными мерами. Так произошло, например, в Китае, Бразилии и Испании, где внутренний рынок, составлявший значительный сегмент рынка, частично компенсировал спад в международном туризме.

Эксперты UNWTO связывают оптимистические прогнозы на 2010 г. со следующими факторами:

1. Уверенность бизнес-сообщества и потребителей выросла.
2. Процентная ставка и инфляция остаются на исторически низком уровне, и ожидается, что вырастут они очень незначительно.
3. Благодаря подавленному спросу обычно за экономическим спадом идет рост. Туристические направления будут активно использовать эту возможность.
4. У ключевых стран, сильно пострадавших от кризиса в 2009, таких как Россия и Великобритания, есть потенциал к восстановлению.
5. Важные международные мероприятия пройдут в Южной Африке (Кубок мира по футболу FIFA), Канаде (зимние Олимпийские игры) и Китае (Выставка Экспо в Шанхае), это создаст дополнительный спрос на путешествия.
6. Уровень приспособляемости, демонстрируемый туристическим сектором в период постоянного изменения спроса и непостоянства условий рынка, сделал турбизнес сильнее.

Факторы, которые могут помешать выходу из кризиса:

1. Ключевая проблема – безработица. Кризис в сфере найма не закончился, особенно в развитых экономиках.
2. Экономический рост на ключевых рынках, особенно в Европе и США, еще очень незначителен.
3. Государства, скорее всего, прекратят меры, стимулирующие экономики, а в ряде развитых стран вырастут налоги, увеличивая давление на бюджеты семей и компаний.
4. Цены на нефть остаются непостоянными.
5. Несмотря на то, что последствия эпидемии гриппа А(H1N1) оказались меньше, чем предполагалось, опыт предыдущих пандемий говорит о том, что ситуация вновь может стать критической.
6. Угроза безопасности и связанные с ней потенциальные сложности и дополнительные затраты по-прежнему представляют проблему для путешественников.
7. Доходы и прибыли будут восстанавливаться медленнее, чем объемы прибытий и ночевков.

Рассмотрим, какие существуют перспективы развития туризма в регионах России. В целом по оценкам Всемирного совета по туризму и путешествиям, доходы от туризма в 2009 г. в ВВП нашей страны с учетом мультипликативного эффекта составили 6,7 %. Согласно данным того же источника, число рабочих мест в туризме составило 1 % от общей занятости, с учетом смежных отраслей – 5,7 %, инвестиции в основной капитал в туристскую индустрию России составляют 12,1 % от общих инвестиций при годовом росте в 8,2 %.

С учетом характера российских туристских ресурсов, состояния туристской инфраструктуры и готовности туристского продукта особый интерес для развития въездного туризма в нашу страну могут в основном представлять следующие виды туризма: культурно-познавательный, деловой, а также

специализированный туризм (круизный, событийный, экологический, сельский, охота и рыбалка, активный, в том числе в перспективе горнолыжный, экстремальный (приключенческий), этнический, учебный, научный и др.).

Пляжный туризм является одним из самых популярных видов отдыха у россиян: 38 % российских туристов предпочитают отдыхать у воды. Яхтенный туризм в России в целом только начинает развиваться, и количество туристов составляет не более 0,5 % от внутреннего турпотока, наибольшую популярность он имеет в Ленинградской области и Карелии, хотя мог бы получить развитие во всех приморских регионах.

Для России с ее недостаточно развитой туристской инфраструктурой и огромным невостребованным туристским потенциалом развитие специализированного туризма как нового альтернативного направления представляет наибольший интерес с точки зрения привлечения искушенного иностранного потребителя и диверсификации внутреннего туристского предложения.

Выявленные приоритетные виды туризма и перспективные туристские регионы определяют соответствующие им приоритеты в развитии туристской инфраструктуры.

По уровню туристского предложения, учитывающего неравномерность распределения туристских ресурсов на территории страны, а также различный уровень развития туристской инфраструктуры и кадрового потенциала, районы страны могут быть распределены следующим образом:

- регионы с высоким уровнем развития туристского продукта – Москва и Московская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область, район Кавказских Минеральных вод, Краснодарский край, Калининградская область, регионы Золотого Кольца;

- регионы со средним уровнем развития туристского продукта – Северо-Западный регион, Тверская область, Центральная Россия, Татарстан, Поволжье, такие республики Северного Кавказа, как Карачаево-Черкесия и Кабардино-Балкария, Ростовская область, Иркутская область, Приморский край, Камчатка, Мурманская область, Ханты-Мансийский автономный округ;

- регионы с недостаточным уровнем развития туристского продукта, но обладающие значительным потенциалом для перспективного развития: прибрежные территории Каспийского и Азовского морей, районы Крайнего Севера (Арктика, Земля Франца-Иосифа), Дальневосточный регион (Курилы, Командорские острова, Якутия, Чукотка, Магаданская область), Западная Сибирь (Алтай, Красноярский край и др.), Тува (п. Кунгуртуг, оз. Тере-Холь, крепость Пор-Бажын), Бурятия, Урал. В перечисленных районах качественный туристский продукт только начинает появляться.

Одной из актуальных проблем является проблема транспортной составляющей в обеспечении дальнейшего развития туризма в России. Это относится к авиа-, железнодорожному, водному и автосообщению, строительству автомобильных дорог.

Недостаточно высокий уровень организации воздушного транспорта внутри страны по сравнению с международными перевозками является одним из основных факторов, ограничивающих дальнейшее развитие туристских комплексов в регионах страны. Услуги аэропортов по обслуживанию воздушных судов, пассажиров и грузов регулируются государством как услуги естественных монополий, что ограничивает конкуренцию на внутреннюю авиаперевозку и не позволяет снизить цены на наземное обслуживание.

В настоящее время на территории РФ функционируют около 150 горнолыжных комплексов. Самыми популярными горнолыжными комплексами Российской Федерации являются: «Красная Поляна» в Краснодарском крае (260 тыс. туристов), «Домбай» в Карачаево-Черкесской Республике (в 2008 г. принято 192 тыс. туристов), «Приэльбрусье» в Кабардино-Балкарской Республике (100 тыс. туристов). Горнолыжные центры Московской области в 2008 г. приняли более 320 тыс. человек.

Построены и успешно функционируют горнолыжные центры «Бобровый Лог» (Красноярский край), «Белокуриха» (70 км от г. Бийска), «Шерегеш» (200 км от г. Новокузнецка), «Соболиное» (145 км от г. Иркутска), интенсивно развивается горнолыжный комплекс на озере Байкал (п. Листвянка Иркутской обл.), «Завьялиха» (12 км от г. Челябинска),

Строятся горнолыжные центры и в других регионах: в Республике Карелия («Спасская Губа»), Нижегородской области («Нижегородская Швейцария»), на Урале – в Челябинской области («Две долины», «Евразия») и в Кемеровской области, на Алтае («Манжерок»), в Магаданской области («Марчекан»).

Учитывая климатические и ландшафтные особенности России, горнолыжный, как и другие зимние виды туризма, имеют большие перспективы развития.

Несмотря на то, что туристский потенциал России пока используется лишь на 20 %, перспективы развития туризма в нашей стране огромны (табл. 1).

Целевые показатели стратегии развития туризма в РФ до 2015 г.

Показатель	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2015
Въезд иностранных граждан в Россию (млн поездок)	22,5 22	25,1 27	28,5 29	31,5				35-36
Численность обслуженных в средствах размещения (внутренний туристский поток) (млн чел.)	26,567	29 31	33 35			37,5	40	46-48
Количество гостиниц (ед.)	5375 6000	6700 7	8300 9200				10200	13000-14000
Число ночевков в гостиницах (тыс.)	55148 78000	87100	97240		107900	119600	131820	156000
Объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения (млн руб.)	74711	88900	107560	130140 157	190520	224800		370000
Экспорт туристских услуг (млрд руб.)	604,4 679,6	796,3		913	1029,7	1146	1262,7	1613
Инвестиции в основной капитал (млрд руб.) 599		709,7	983,3	1257	1531	1804,6	2278,2	2898,5

По оценкам специалистов Всемирной туристской организации, Южному федеральному округу присвоен самый высокий рейтинг туристского потенциала – 79,2 % (табл. 2).

Из данных таблицы 2 видно, что наибольшим потенциалом обладает Южный федеральный округ с входящими в него основными туристскими объектами: санатории Кавказских Минеральных Вод, Курорты Черноморского побережья, горнолыжный и горный туризм в Домбае, Приэльбрусье, на Красной поляне, Архызе.

Таблица 2

Туристский потенциал экономических районов в России

Туристские районы	Основные туристские объекты и виды отдыха	Потенциал района, %	Условный минимальный объем необходимых инвестиций, млн долл.
Южный	санатории Кавказских Минеральных Вод, Курорты Черноморского побережья, горнолыжный и горный туризм в Домбае, Приэльбрусье, на Красной поляне, Архызе	79,2 2580	
Центральный	Москва, объекты Подмосковья, старинные города Золотого Кольца, пансионаты и дома отдыха на реках и озерах центральных областей	73,5 2390	
Северный	Озера Карелии, Валаам, Кижы, Соловецкие острова, поморские города, поселки Архангельской области	71,9 2340	
Поволжье	Курортные зоны Жигулей, волжские санатории и дома отдыха Самарской и Саратовской областей, круизы по Волге, Каме	60,7 1975	
Урал	Санатории горного и полярного Урала Свердловской, Челябинской обл., лесные и речные пансионаты Башкортостана	56,0 1825	
Западно-Сибирский	Горный туризм на Алтае, Телецкое озеро, курорт Белокуриха, пансионаты и дома отдыха на берегах рек, озер и водохранилищ	50,6 1650	
Черноземье	Пансионаты и дома отдыха Воронежской и Белгородской областей 453		1475
Северо-Западный	Старинные г. Новгород и Псков, Ладожское, Ильменское, Онежские озера	44,0 1435	
Восточно-Сибирский	Горный и экстремальный туризм в Саянах, пансионаты и дома отдыха в «Красноярских столбах», на Енисее и Ангаре	40,3 1310	
Дальневосточный	Пансионаты и здравницы на берегу Тихого океана, горный и экзотический туризм на Камчатке, Сахалине, экстремальные маршруты по Уссурийской тайге	36,9 1200	
Итого по России:		558,4 20000	

Не последнее значение в развитии внутреннего туризма как в Москве, так и в регионах России имеет ценовая политика, или точнее – соотношение «цена – качество». В целом цены на российских курортах в разы превышают цены зарубежных, а уровень сервиса оставляет желать лучшего. Так двухдневная поездка для семьи из трех человек на «родину» Деда Мороза в Великий Устюг в новогодние праздники стоила порядка 60 тыс. руб. – то есть столько же, сколько недельный тур для той же семьи в Турцию¹.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что основное внимание при разработке нового турпродукта нужно уделять турам по России, т.к. увеличилось количество россиян предпочитающих отдыхать в своей стране на 18 %. Не смотря на то, что туристский потенциал России пока используется лишь на 20 %, по прогнозам специалистов Всемирной туристской организации к 2020 г. Россия сумеет воспользоваться своими преимуществами (имеющимся туристским потенциалом, уникальным географическим положением) и добиться развития эффективных и приоритетных направлений туризма. Усилит свою роль активного туристско-рекреационного центра, предоставляющего качественный и уникальный туристский продукт как российским туристам, так и туристам из стран ближнего и дальнего зарубежья. Туристский продукт станет более качественным, привлекательным и дифференцированным.

¹ <http://www.rian.ru/analytics/20100114/204471452.html>

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ НА УРОВНЕ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

УДК 338.482(470.22)

Гучек А.С.

МОДЕЛЬ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ БЕЛОМОРСКОГО РАЙОНА)

В статье рассматриваются социальные и институциональные условия и механизмы, способные обеспечить переход к устойчивому развитию, обосновывается роль сельского туризма в экономической интеграции, предлагается социально и инновационно ориентированная модель кластерной инфраструктуры устойчивого развития сельского туризма.

Guchek A.C. The Sustainable Development Model for the Rural Tourism (on the Example of the Belomorsk Area)

Social and institutional conditions and mechanisms able to provide transition to the sustainable development are analyzed in the article. The role of the rural tourism in the economic integration is given prove. The social-innovation oriented model of the cluster infrastructure for the sustainable development of the rural tourism is proposed.

Согласно Концепции устойчивого развития сельских территорий под устойчивым развитием понимается «стабильное развитие сельского сообщества, обеспечивающее: (1) выполнение им его народнохозяйственных функций; (2) расширенное воспроизводство населения, рост уровня и улучшение качества его жизни; (3) поддержание экологического равновесия в биосфере. Переход к устойчивому развитию означает постепенное обеспечение целенаправленной самоорганизации общества в экономической, социальной и экологической сферах»¹.

Эффективное развитие сельской территории начинается с перехода от государственного патернализма к саморазвитию, ориентации на внутренний потенциал. Следование доктрине самодостаточности: «Никто нам не поможет, если мы сами ничего не можем сделать для себя», – служит инструментом для перехода к устойчивому развитию².

Доктрина самодостаточности в настоящее время трудно применяется на местном уровне. Налоговая база местного бюджета слишком узкая. Неналоговых доходов либо не хватает, либо их вовсе нет ввиду нерационального использования муниципального имущества или невозможности его использования. Развитие муниципального образования становится напрямую зависящим от поддержки вышестоящих бюджетов. Нет государственной поддержки – нет развития. Эффективное же развитие начинается тогда, когда оно утрачивает зависимость от внешних источников, освобождается от иждивенческих позиций, то есть приобретает способность к саморазвитию. Это возможно в случае возникновения на территории драйверов – людей, носителей эффективных инициатив, опирающихся на внутренний потенциал территории.

Таким примером может служить появление социальных предпринимателей.

На сегодняшний день для того, чтобы от кризисной ситуации перейти к устойчивому развитию, мало просто решить проблему, необходимо выработать механизм, способный «катализировать общественные трансформации, которые приведут к гораздо более широким и долгосрочным изменениям, чем это предполагает изначальный фокус решаемой проблемы»³. Этим механизмом и является социальное предпринимательство – явление в России пока еще мало изученное, но широко практикующееся за рубежом.

В современных рыночных условиях сложно что-то сделать одному, «с нуля». Страх перед неизвестным, беспокойство, боязнь конкуренции (которой по факту может и не быть) и проверяющих органов, отсутствие инфраструктуры рынка, институциональные барьеры тормозят развитие предпринимательства. Невозможность встроиться в неразвитую институциональную среду объясняет ее изменение или возникновение новых институтов в процессе предпринимательской деятельности. Изучение этого явления породило понятие институционального предпринимателя. «Институциональные предприниматели определяются как акторы, заинтересованные в изменении или создании новых институциональных структур, они накапливают ресурсы для создания новых институтов или трансформации существующих»⁴. То есть социальный предприниматель может ускорять социальные изменения, воздействуя на различные формальные и неформальные институты или организационные сферы. Способность социальных предпринимателей изменять институциональную сре-

¹ Концепция устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации (проект).

² Баутин В.М., Козлов В.В. Устойчивое развитие сельских территорий: сущность, термины и понятия // Агротурнал – 2006. – № 4.

³ Сестренский О. социальное предпринимательство: сила новых идей // Социальная ответственность – 2008. - № 22. С. 11.

⁴ Баталина М., Московская А., Тарадина Л. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России, 2008. С. 49.

ду по значению конечного результата может оказаться более важной, чем те задачи, на которых изначально фокусировалось социальное предпринимательство. Таким образом, институциональное предпринимательство выявляет и обосновывает роли социального предпринимательства в изменении или порождении новых практик, норм, институтов, структур.

Итак, представляется необходимым разработать устойчивую модель, способную решить возникающие проблемы и вывести систему на уровень саморазвития. Соответственно, важна и независимость от внешних источников средств, а это возможно только при наличии собственного финансирования. Наиболее подходящая форма для создания подобной бизнес-модели – это потребительские кооперативы, так как это изначально некоммерческие объединения, чья деятельность направлена на достижение целей их членов, и эта форма предполагает наиболее простую схему объединения ресурсов для комплексного развития.

Такая модель была выработана и реализована в Беломорском районе. Идея саморазвития вылилась в создание схемы предпринимательской деятельности по развитию сельского туризма в районе с ярко выраженным саморазвитием.

Беломорский район обладает мощнейшим туристическим потенциалом, грамотное использование которого улучшило бы социально-экономическое положение территории, способствовало стремлению жителей, особенно молодежи, оставаться в своих деревнях и селах, что особенно актуально для такого депрессивного района как Беломорский. Но несмотря на это в районе слабо развивается инфраструктура туризма, отсутствует конкуренция, несмотря на возрастающий спрос на отдых в гостевых домах, особенно со стороны жителей крупных городов. В результате в 2008 г. местная туристическая фирма «Беломорье» выступила инициатором создания сельскохозяйственного потребительского кооператива «О*БЕРЕГ», цель которого – увеличение и улучшение качества предлагаемых туристических услуг.

Развитие сельского туризма является прибыльным делом, которое не требует больших затрат у населения. Стоит отметить и тот факт, что подобный бизнес на селе обладает ярко выраженным эффектом: гостевой дом создает рабочие места и в других сферах (транспорт, сельское хозяйство, строительство, культура, местные ремесла и т.д.)⁵.

На сегодняшний день в кооператив входит уже 8 гостевых домов, туристическая фирма «Беломорье», а также поставщики сопутствующих услуг. Функциями кооператива является:

- организация участия пайщиков в тренингах и мастер-классах;
- консультационная деятельность;
- маркетинговая деятельность, реклама и PR.

Для пайщиков кооператива турфирма «Беломорье» за небольшую комиссию (в отличие от турфирм-посредников) предоставляет туристов для отдыха в гостевых домах, а также включает остановки в гостевых домах при организации туристических программ.

Единая маркетинговая политика позволяет продвигать региональный туристический продукт на внутренний и внешний рынки, поддерживать местный бизнес и создавать на основе его интеграции региональный туристический кластер⁶.

Эффект от развития сельского туризма усиливает процессы экономической интеграции во многих сферах жизнедеятельности сельского населения и оказывает как экономический так и социальный эффекты:

- экономический эффект состоит в создании добавленной стоимости, в результате возникновения стоимостной цепочки уменьшаются транзакционные издержки, повышается качество продукции и услуг, увеличиваются объем сбыта местной продукции и предоставленных услуг;
- социальный эффект заключается в повышении уровня жизни, создании дополнительных источников доходов местных жителей, возникновении самозанятости, образовании новых рабочих мест, в том числе решается проблема занятости социально-незащищенных слоев населения (пенсионеров увеличения доходов местного населения, способствует стремлению жителей остаться в сельской местности).

Кроме того, СПК «О*БЕРЕГ» входит в СПК «Карельская усадьба» – кооператив с туристической направленностью. Как отмечает председатель «Карельской усадьбы», «единая маркетинговая политика, совместное издание каталогов и участие в выставках на 60-70 % снижает затраты хозяев сельских усадеб на рекламу. Совместные закупки (по оптовым ценам) материалов и оборудования значительно снижают затраты на строительство и ремонт. Обучение и консультации позволяют на год сократить время на организационный период и перейти к профессиональной деятельности». По сути «Карельская усадьба» – это кооператив второго уровня, включающий в себя 6 кооперативов первого уровня по всей Карелии, один кредитный кооператив, а также другие организации, предоставляющие сопутствующие услуги.

Беломорский район отличается слаборазвитой банковской сферой, наличием различных барьеров в предоставлении потребительских кредитов и кредитов для малого бизнеса. Ввиду недоступности банковского кредита для поддержки сельских жителей и сельского хозяйства турфирма в 2006 г. выступила инициатором в организации сельскохозяйственного кредитного потребительского кооператива «Беломорье+». Микрозаймы

⁵ Артамонов А.Д., Бетин О.И., Богданов и др. Политика развития сельских территорий России: поселения XXI века, 2005, с. 157.

⁶ Там же. С. 179.

выдаются от 10 до 100 тыс. руб. сроком от 10 месяцев до 1 года. На сегодняшний день в кооперативе около 70 пайщиков, половина из которых ЛПХ. В 2008 г. из 100 % выданных займов 80 % принадлежало ЛПХ на сумму 573,5 тыс. руб. и 20 % – сельскохозяйственным организациям на сумму 1 млн руб. В свою очередь СКПК «Беломорье+» является пайщиком сельскохозяйственного кредитного потребительского кооператива второго уровня «Карелагро», основными функциями которого являются выдача займов кооперативам первого уровня, консалтинг, организация учебных курсов. С развитием сельского туризма в районе займы в СПК «Беломорье+» стали выдаваться не только на развитие сельского хозяйства, но и на организацию гостевых домов. Необходимо отметить и тот факт, что развитие сельского туризма положительно сказывается на сельском хозяйстве, увеличивая сбыт его продукции. В свою очередь сельское хозяйство является базой для возникновения и развития сельского туризма, так как оказывает существенное влияние на формирование сельской самобытной культуры.

Образовавшаяся модель позволяет владельцам сельских усадеб не только быстрее и легче начать свой бизнес, но и со временем вывести сельский туризм в районе на стадию устойчивого развития.

Таким образом, выступая драйвером социальных изменений, катализируя общественные трансформации, «Беломорье» функционирует как социальный предприниматель, играя важную роль в переходе сельской территории на устойчивое развитие. Также отчетливо видна способность социального предпринимателя влиять не только на социальные изменения, но и на институциональную среду, в рамки которой он заключен изначально и впоследствии ее изменять. В частности, удалось сломать институциональные барьеры для начала ведения бизнеса, сделать систему, в которой функционирует бизнес, саморазвивающейся.

Литература

<http://www.nb-forum.ru/> («Новый бизнес: социальное предпринимательство»).

УДК 332.13:338:48

Дружинин П.В.

Курило А.Е.

Молчанова Е.В.

Шкиперова Г.Т.

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В МУЕЗЕРСКОМ МУНИЦИПАЛЬНОМ РАЙОНЕ

В статье рассмотрены туристско-рекреационный потенциал и возможности развития туристской отрасли Муезерского муниципального района Республики Карелия.

Druzhinin P.V., Kurilo A.E., Molchanova E.V., Shkiperova G.T. The Tourist-Recreational Potential and the Tourism Development in the Muezersky Municipal District

The tourist-recreational potential and opportunities for development of the tourism industry in the Muezersky municipal district of the Karelian Republic are examined in the article.

Туризм как объект управления специфичен и существенно отличается от деятельности других отраслей. Особенности туристической отрасли вытекают из специфических свойств услуг, предоставляемых туристическими фирмами.

Туризм может способствовать развитию муниципальных образований, но требует активных действий со стороны муниципальных властей. В районе, как правило, работает и зарегистрировано не более 4-6 фирм. Они платят в местный бюджет налоги (земельный и 6 % по упрощенной системе), но доходы их невелики, поток туристов заметный лишь летом. В некоторых районах в сезон размещаются фирмы из Петрозаводска, которые району не платят налоги, даже занимая земельные участки. Они более активны и могут помогать в решении общих проблем. С ними могут быть заключены так называемые рамочные соглашения, которые не подразумевают никакой оплаты со стороны этих фирм, но обязывают их способствовать развитию экологического туризма – создавать стоянки, следить за их состоянием, обеспечивать туристов тарой для мусора и осуществлять его вывоз.

Все фирмы увеличивают занятость, привлекая прежде всего квалифицированных специалистов. Им требуются услуги местных фирм и жителей, местное население может производить товары, интересные туристам. В маршрут могут быть органично встроены посещение кузницы (турист может попытаться сам что-то сделать) или форелевого хозяйства (турист может покормить форель, а потом поучаствовать в приготовлении для себя форели).

Новгородский проект «Путь из варяг в греки» повторяет путь, по которому шли суда в X-XV вв. Для туристов были сделаны расписные деревянные ладьи, продуманы стоянки, связанные с небольшими музеями,

правильно представленными интересными объектами или с возможностью погрузиться в жизнь предков, самому что-то сделать, используя старинные инструменты. Подобные проекты требуют инициативности и нестандартных подходов. Так в Лапландии успешно реализован проект «Санта-Клаус», ближе к границе с Карелией в глухой и малонаселенной местности Суомуссалми больше 100 тыс. туристов в год посещают музей истории «зимней войны» в лесу и «тихий народ» на болоте. В небольшом г. Великий Устюг развивается проект «Дед Мороз», в еще меньшем карельском г. Олонец зимой проводят «Игры Дедов Морозов».

Более успешно может развиваться загородный туризм, кратковременный выезд на природу из крупных городов, пока подобные поездки зимой и летом при высокой стоимости отличаются скучной программой.

Очень перспективно развитие сельского туризма, который в некоторых муниципалитетах стал основной отраслью экономики. Так в Эстонии на острове Сааремаа проживает около 50 тыс. человек и в 2006 г. там побывало более 1,1 млн туристов, которые жили в сельских домах, самых разных: от удобств во дворе и самостоятельной готовки пищи, до полного набора услуг, включая Интернет и бассейн.

Развитие туризма сдерживают существующие проблемы и то, что карельским фирмам приходится конкурировать с находящимися в более благоприятных условиях финскими фирмами, предлагающими похожие проекты. В Карелии собираются создавать горнолыжный комплекс, но сейчас даже жители Кировска едут кататься на горных лыжах в Финляндию: несколько лет назад в Финляндии, на той же широте, что и Хибины, организовали новый горнолыжный комплекс. Он имеет более совершенную инфраструктуру и качественный сервис, дополнительные удобства при фактически той же стоимости пользования. Не окупаются пока и горнолыжные базы в Ленинградской области, они становятся видом недорогого семейного отдыха.

Развитие туризма сдерживает инфраструктура, прежде всего плохие дороги. Не все современные автобусы могут проехать даже к туристской базе, если она не в Петрозаводске. Возможность ремонтировать муниципальные дороги у небольших фирм отсутствует, нет денег. Муниципальные власти тоже не могут это делать – нет денег. Для проезда к объектам показа нужна специальная техника.

Все более сложной проблемой становится энергоснабжение – быстрый рост тарифов, ограничения по подключению, собственность линий пока часто неясна, но главное – высокие тарифы. Местная власть также помочь не может. Туристы становятся более требовательными, водопровод и канализация необходимы на туристских базах. Затраты на проект и строительство для небольших туристских фирм в районах слишком велики, сложно согласовать. Местные власти не могут решить подобные проблемы даже в райцентрах, тем более помочь за их пределами. Принятие нового Лесного кодекса усложнило процедуры получения туроператорами разрешения на проведение походов, если они проходят по землям лесного фонда.

Местные власти могут помочь в организации взаимоотношений с музеями, участвуя в решении вопросов тематики экспозиций, работы в выходные, времени работы. Они также могут помочь в установке специальных дорожных знаков, контактируя с ГИБДД, от них зависит решение земельных вопросов. Проблемой, которая может быть решена, является подготовка кадров, прежде всего для сельского туризма, а также поваров и инструкторов.

Все эти проблемы ведут к тому, что большая часть туристов придерживается советских традиций, что подразумевают, что туристы в абсолютном большинстве случаев избегают цивилизации – не останавливаются в отелях, не посещают кафе. А значит, не помогают развитию экономики района. Переход к другим традициям и привлечение новых туристов в муниципальный район требует осознанных действий со стороны местных властей, местных предпринимателей и привлечения стратегических партнеров, которыми могут быть крупные фирмы Петрозаводска, Петербурга, Москвы и других городов, а может быть, и Финляндии. Кооперация могла бы привести к созданию новых интересных маршрутов и увеличению потока туристов.

Для этого наряду с традиционными видами туризма должны развиваться новые, навеянные американской и европейской модой, и представляющие коммерческий туризм, связанный с услугами гостиниц, туроператоров и перевозчиков. В соседних регионах растет поток туристов, путешествующих на снегоходах, полноприводных автомобилях, мотоциклах, на квадроциклах, использующих водные велосипеды, аквабайки, акваскиперы и другую новую технику.

Незначительное количество туристов из дальнего зарубежья связано не только с несоизмеримыми с качеством услуг высокими ценами и их ростом, но и с российской нестабильностью, сложной криминальной обстановкой (количество убийств в РФ в 30 раз выше, чем в Германии или Армении) и визовыми проблемами, что не зависит от местных властей и туристских фирм.

Туризм является одним из перспективных направлений развития территории Муезерского района. Однако реализация такой перспективы возможна лишь при условии наличия туристских объектов (объекты показа), туристской инфраструктуры, субъектов туристской деятельности и потенциальных потребителей турпродукта. В настоящее время, несмотря на наличие уникальных природных зон (объектов показа), кото-

рые могут иметь своего потребителя, практически отсутствуют туристская инфраструктура и субъекты туристской деятельности. Для туризма интерес представляют следующие объекты^{1, 2, 3, 4, 5, 6}:

1. Озерно-речные системы бассейна Балтийского моря р. Лендерка – оз. Куйккаселья – оз. Лендерское – оз. Сулла – оз. Лексозеро – оз. Большое Ровкульское; р. Лужма – оз. Тулос – р. Короппи – оз. Короппи (суббассейн Ладожского озера), р. Суна – оз. Гимольское (суббассейн Онежского озера) и бассейна Белого моря р. Чирка–Кемь – оз. Калмозеро – оз. Мергубское, оз. Унгозеро – р. Унга – р. Онда – оз. Ондозеро, оз. Лувозеро – оз. Кимасозеро – оз. Нюк. В реках и озерах встречается большое количество водных и прибрежных видов растений, особенно западных, постепенно редющих по направлению к востоку, а также охраняемых в России и в Карелии.

2. Территория планируемого НП «Тулос», где на настоящий момент определены места произрастания редких, охраняемых и интересных в биогеографическом отношении видов растений (выявлены 352 вида).

3. Андронова гора в окрестностях д. Тикша (крайний северо-восток района). Здесь на породах основного и карбонатного состава встречаются многие требовательные к плодородию почвы виды растений.

4. Окрестности оз. Максимъярви (крайний северо-запад района), где сохранился массив коренной тайги со всем набором характерных для нее видов растений.

5. Верховья р. Чирка-Кемь, где на прибрежных выходах карбонатов встречаются многие скальные виды растений.

6. Археологический памятник древних саамов на горе Воттоваара (п. Суккозеро), возможно, самый потенциально интересный объект в Карелии.

7. Петровские рудники (п. Ондозеро).

8. Объекты зодчества (дома XIX в. п. Кимасозеро, Реболы, Ругозеро).

9. Природный памятник «Болото Тикша» и др.

Самый общий перечень туристских объектов включает также турзону «оз. Лексозеро – оз. Суло»; Киви-Койва; Каргуба (бор реликтовых сосен); турзону «Суккозеро – оз. Гимольское» и турзону оз. Ровкульское^{7, 8, 9}.

В районе, за исключением очень небольшого по площади ландшафтного заказника «Юдальский» (1,5 тыс. га) и болотного памятника природы «Болото Тикша» (0,556 тыс. га), отсутствуют действующие ООПТ как объекты для организации туризма.

Ландшафтный заказник «Юдальский» незначителен по площади, единственный сколько-нибудь значимый с точки зрения развития туризма, действующий природоохранный объект на территории Муезерского района. Этот небольшой фрагмент первобытного ландшафта хорошо сохранился, известен местному населению, которое активно занимается рыбной ловлей на оз. Юдало. Заказник может быть широко использован для различных видов туризма. Этот участок является началом весьма протяженного водного маршрута, поскольку оз. Юдало водотоком соединено с оз. Ровкульское, общей протяженностью около 100 км.

В ранге памятника природы в районе охраняется «*Болото Тикша*», это типичная для района болотная система площадью 556 га, расположена на окраине п. Тикша вблизи дороги и доступна для посещения. При развитии на территории района природного и экологического туризма и планировании различных маршрутов необходимо учитывать возможность посещения и знакомства с природой болот.

Мыс Кервин – очень живописный объект на указанном водном маршруте. Это отличные по рекреационной привлекательности озерно-пляжно-лесные пейзажи на узкой песчаной косе, глубоко выдающейся в Лексозеро. Место транспортно доступно, дороги выходят неподалеку от самой восточной и самой живописной точки мыса.

Пролив Лексозеро-Каргиозеро – место пересечения всех водных маршрутов по озерно-речной системе оз. Юдало – оз. Лендерское. Живописный пейзаж с удобным местом для транзитных стоянок.

Гора Воттоваара – ценный природный и рекреационный объект, высота 417 м. Автомобильным путем к вершине горы можно приблизиться на расстояние до 1 км. Гора находится на государственном учете в качестве культурно-исторического (археологического) памятника республиканского значения¹⁰.

¹ Генеральная Схема размещения объектов и инфраструктуры туризма в развитие Схемы территориального планирования Республики Карелия (пояснительная записка). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gov.karelia.ru/gov/Power/Ministry/Development/Tourism/Plan/index.html>

² Муезерский муниципальный район. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.muezersky.ru>

³ Научное обоснование сети особо охраняемых природных территорий в Республике Карелия. / Ред. А.Н. Громцев. Петрозаводск: КарНЦ РАН, 2009. – 112 с.

⁴ Туристская зона «Муезерская» (пояснительная записка к картам-схемам). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gov.karelia.ru/gov/Power/Ministry/Development/Tourism/Plan/index.html>

⁵ Особенности природных комплексов Муезерского района и их использование для развития экологического туризма. / Под общ. ред. А.Н. Громцева. – Петрозаводск: ТАСИС, 2004. – 28 с.

⁶ Зубова Е. От стресса лечатся экстримом // Эксперт Северо-Запада. – 2208. – № 8. – с. 32-35.

⁷ Генеральная Схема размещения объектов и инфраструктуры туризма в развитие Схемы территориального планирования Республики Карелия (пояснительная записка). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gov.karelia.ru/gov/Power/Ministry/Development/Tourism/Plan/index.html>

⁸ Муезерский муниципальный район. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.muezersky.ru>

⁹ Особенности природных комплексов Муезерского района и их использование для развития экологического туризма. / Под общ. ред. А.Н. Громцева. – Петрозаводск: ТАСИС, 2004. – 28 с.

Крупнейшим природоохранным объектом, имеющим реальные перспективы для развития туризма, является планируемый *природный парк «Тулос»* (68,5 тыс. га), который может быть системообразующим центром, к которому будет привязано большинство маршрутов. Развитие инфраструктуры парка может дать мультипликативный эффект и стимулировать создание новых фирм и новых маршрутов. На территории парка перспективно развитие различных видов туризма (водные маршруты по оз. Тулос и р. Лижма и Лендерка), летние смешанные водно-пешие маршруты, зимние маршруты на снегоходах и другие формы рекреации (летние и зимние рыбалки, наблюдения за птицами и северными оленями со смотровых башен и т.д.)^{11, 12, 13}.

Туристскими объектами могут выступать многочисленные *памятники истории и культуры*. На территории района находится 154 объекта культурного наследия (памятников истории и культуры), состоящих на государственной охране. Среди них: 41 памятник истории, включая 3 выявленных объекта; 13 памятников архитектуры, отнесенных к категории выявленные объекты (не установлен охранный статус); 1 памятник искусства регионального значения; 99 памятников археологии (включая 10 выявленных объектов), имеющих региональный статус.

Например, на кладбище в д. Тикша сохранилась могила и памятник предводителю карельских повстанцев против шведских захватчиков Ивану Роккачу. Историко-революционные памятники и памятные места, связанные с периодом становления Советской власти, расположены по всей территории района. К ним относятся памятные знаки и многочисленные братские захоронения. В д. Кимасозеро установлен обелиск и открыт музей Тойво Антикайнена. В память о первых Ругозерских коммунарах, расстрелянных интервентами в ноябре 1921 г., в с. Ругозеро установлен памятник и открыт музей¹⁴. В период Великой Отечественной войны восточнее р. Онды, в 12 км от тракта Кочкома-Реболы, в 1943 г. Варламов Н.Г. повторил подвиг Александра Матросова. В настоящее время упомянутые объекты нельзя в полной мере отнести к туристским продуктам, главным образом из-за отсутствия соответствующей информации и разработанных туристских маршрутов. Это потенциально привлекательные туристские объекты, развитие которых невозможно без создания всех видов базовой инфраструктуры.

В современных условиях низкий уровень использования туристско-рекреационного потенциала района связан с отсутствием объектов туристской инфраструктуры, недостатком разработанных туристских продуктов на муниципальном уровне.

Туристская инфраструктура. В настоящее время уровень развития туристской инфраструктуры в Муезерском районе достаточно низкий. Это обстоятельство влияет на выбор приоритетных видов туризма (прежде всего тех, которые не требуют больших капитальных вложений на первых этапах). На территории района отсутствуют дома отдыха, детские лагеря, пансионаты, профилактории, сеть турбаз и турмаршрутов. Гостиничный, транспортный сервис и общественное питание существуют не в рамках инфраструктуры туризма, а выполняют для территории самостоятельные, давно сложившиеся функции.

Хозяйствующие субъекты, которые можно отнести к инфраструктуре туризма (табл. 1).

Таблица 1

Средства размещения туристов

Объекты	Тип	Местоположение	Мощность, мест
«Лесная»	Гостиница	п. Муезерский	25 (11 номеров)
«Киви-Койву»	База отдыха	Урочище р. Чирка-Кемь	26
ОАО «Муезерский ЛПХ»	Гостиница	п. Муезерский	20
РЖД ст. Суккозеро	Гостиница	п. Суккозеро	20
<i>Итого</i>			<i>91</i>

Транспортная доступность туристских объектов обеспечена железнодорожным транспортом (наиболее удобным) по направлениям Петрозаводск, Санкт-Петербург, Сортавала, Костомукша и автомобильным транспортом со стороны п. Муезерский и автомагистрали «Кола». Пассажирскими автоперевозками в районе занимается предприятие «Экспресс», которое способно включиться в туристский бизнес; Лендерская культурно-образовательная школа-комплекс предоставляет транспортные услуги населению. Восстановление аэропорта в Костомукше создаст условия для развития сельского туризма на севере района.

¹⁰ Природный комплекс горы Воттоваара: особенности, современное состояние, сохранение. / Ред. А.Н. Громцев. Петрозаводск: КарНЦ РАН, 2009. – 158 с.

¹¹ Кузнецов А.Л. Предложения по созданию национального парка Тулос. / Проект Tacis ENVRUS 9704. Петрозаводск, 201. – 63 с.

¹² Научное обоснование сети особо охраняемых природных территорий в Республике Карелия. / Ред. А.Н. Громцев. Петрозаводск: КарНЦ РАН, 2009. – 112 с.

¹³ Особенности природных комплексов Муезерского района и их использование для развития экологического туризма. / Под общ. ред. А.Н. Громцева. – Петрозаводск: ТАСИС, 2004. – 28 с.

¹⁴ Муезерский муниципальный район. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.muezersky.ru>

Обеспечение предприятиями общественного питания. Сфера общественного питания представлена учреждениями общепита, расположенными в наиболее крупных населенных пунктах района. Частично сфера питания дополнена объектами придорожной инфраструктуры (кафе на заправочных станциях), которая развита в окрестностях п. Муезерский, п. Тикша и п. Лендеры. В п. Муезерский существует сеть пунктов общественного питания, включающая в себя кафе «Парадиз», культурно-развлекательный центр «Зиг-заг» и столовую «Муезерской СОШ». Кроме этого питание организовано в рамках туристских объектов – средств размещения (гостиниц, баз отдыха, гостевых домов и пр.).

Прогноз развития туризма. Успешное развитие туризма требует реализации следующих мероприятий:

- создание муниципального туристского предприятия, роль которого состоит в продвижении проектов и координации всех заинтересованных в развитии туризма в районе организаций;
- образование природного парка «Тулос»;
- освоение туристского потенциала горы Воттоваара;
- развитие экологического, сельского и водно-спортивного туризма;
- строительство 4-х туристских баз общей мощностью 200 мест;
- строительство гостиницы в п. Муезерский мощностью 150 мест;
- создание информационного туристского центра в п. Муезерский;
- создание туристских и рыболовно-охотничьих баз (общей мощностью 200 мест);
- обустройство гостевых домов и усадеб (общей мощностью около 100 мест);
- оборудование кемпингов и мест для туристских и рыболовно-охотничьих стоянок;
- прокладка пешеходных туристских троп и организация водных маршрутов;
- совершенствование организации двухсторонних пересечений через пункт упрощенного пропуска «Инари»;
- развитие предприятий народных промыслов и ремесел.

Для развития туризма и повышения уровня использования туристско-рекреационного потенциала в краткосрочной перспективе разработан проект программы по развитию туризма в Муезерском районе. Кроме того предусмотрены средства на завершение в 2010 г. работ по объекту «Киви-Койву». Мероприятия по развитию туризма согласно Программе социально-экономического развития Муезерского муниципального района приведены в таблице 2¹⁵.

В рамках Генеральной Схемы размещения объектов инфраструктуры туризма в РК¹⁶ разработан Проект «Туристская зона «Муезерская». В Проекте представлена обобщенная оценка туристско-рекреационного потенциала туристской зоны «Муезерская», проведена калькуляция прогнозного туристского потока (в трех вариантах), предложены конкретные виды турпродуктов и туристских маршрутов, а также представлен перечень объектов туристской и вспомогательной инфраструктуры, которые необходимо построить или реконструировать для возможности обслуживания прогнозируемого туристского потока.

Таблица 2

Мероприятия по развитию туризма

№ п/п	Населенный пункт	Специализация создающегося объекта
1	сп Лендерское	Туристический лагерь в урочище Песни
2	сп Лендерское	Туристический кемпинг (на о-ве Сулаостров)
3	сп Лендерское	Турбаза на о-ве Лиекса (около урочища Тужино)
4	сп Суккозерское	Турбаза (д. Старые шмолы)
5	сп Ругозерское	Центр туризма (с. Ругозеро и Ондозеро – исторические поселения)
6	сп Ругозерское	р. Онда – существующий водный маршрут
7	сп Ругозерское	Существующий маршрут здоровья (Ондозеро - Пизиниеми)
8	сп Воломское	Турбаза
9	сп Ребольское	Турбаза «Концеостров»
10	сп Ребольское	Турбаза «Гаф-остров»
11	сп Ребольское	Турбаза «Челки»
12	сп Ребольское	Туристический кемпинг п. Реболы
13	сп Суккозерское	Турбаза «Остров Денга», «Ройнаволок», ООО «Северный берег»

С учетом анализа туристско-рекреационного потенциала района, сложившихся благоприятных предпосылок для развития туризма, ожидается, что к 2030 г. туристский поток в районе значительно увеличится: в рамках сохранения инерционной динамики развития в 3,5 раза, в рамках умеренного развития в 6,5 раз, в рамках инновационного сценария развития в 10 раз¹⁷.

¹⁵ Программа социально-экономического развития Муезерского муниципального района на 2007-2010 гг.

¹⁶ Генеральная Схема размещения объектов и инфраструктуры туризма в развитие Схемы территориального планирования Республики Карелия (пояснительная записка). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gov.karelia.ru/gov/Power/Ministry/Development/Tourism/Plan/index.html>

¹⁷ Туристская зона «Муезерская» (пояснительная записка к картам-схемам). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gov.karelia.ru/gov/Power/Ministry/Development/Tourism/Plan/index.html>

Динамика туристских потоков в соответствии со сценариями представлена на рисунке 1.

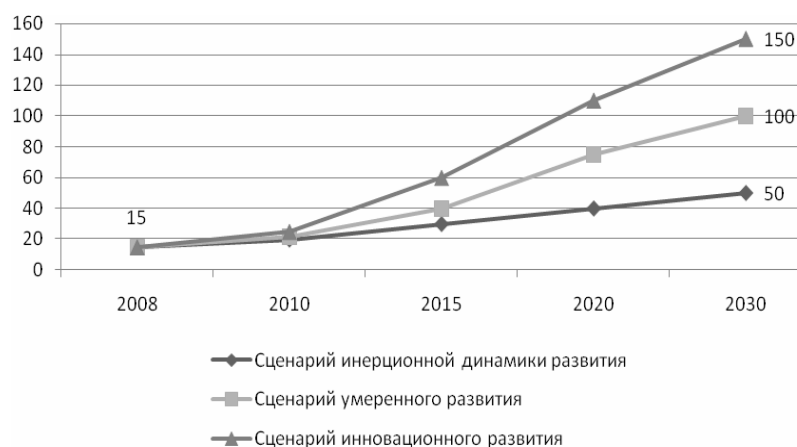


Рис. 1. Динамика туристского потока в тыс. чел. в рамках сценарных условий развития¹⁸

В качестве базового сценария для оценки потребностей в строительстве средств размещения туристов взят сценарий умеренного развития (как наиболее вероятный). Без учета самостоятельных туристов (60 % – в основном это зарубежные туристы из Финляндии и других европейских стран, а также российские туристы) реальное количество требуемых мест в средствах размещения всех категорий к 2030 г. составит 750¹⁹.

Существующее количество мест в средствах размещения на территории Муезерского района (91 место) в настоящее время полностью покрывает потребности с учетом имеющегося туристского потока.

В течение 2009-2015 гг. планируется к строительству в виде ключевых средств размещения туристов дополнительно более 300 мест^{20,21}. В частности:

- строительство 4-х туристских баз общей мощностью 200 мест;
- строительство гостиницы в пос. Муезерский мощностью 150 мест.

В целях обслуживания максимально возможного туристского потока в соответствии с инновационным сценарием на территории туристской зоны «Муезерская» планируется размещение следующих вспомогательных объектов туристской инфраструктуры:

- туристские и рыболовно-охотничьи базы (общей мощностью около 200 мест);
- гостевые дома и сельские усадьбы (общей мощностью около 100 мест).

Таким образом, к 2030 г. на территории туристской зоны «Муезерская» планируется создание требуемых 750 мест. С учетом существующих на территории зоны средств размещения полностью удовлетворяются потребности туристов в средствах размещения.

Ключевые объекты инфраструктуры планируется построить на территории, расположенной в непосредственной близости от планируемого природного парка «Тулос», а также на прилегающих территориях, расположенных вдоль озерно-речной системы Ровкульские озера – р. Лиексанийоки – оз. Лексозеро – р. Сулла – оз. Сулла – р. Лендерка – оз. Лендерское и в населенных пунктах – п. Лендеры, Реболы, Муезерский, Тикша.

В разрезе туристской зоны «Муезерская»²² планируется размещение следующих вспомогательных объектов туристской инфраструктуры: информационный туристский центр в п. Муезерский, туристские и рыболовно-охотничьи базы на о-ве Сулоостров, в д. Кимоваара, Тулос, Концеостров, гостевые дома в п. Лендеры, Реболы, Тикша, Гафостров, Муезерский, Волома, Пенинга, Волома и п. Пенинга, д. Колвасозеро и Тулос, кемпинги и оборудование мест для стоянок. Также необходимо строительство и реконструкция дорог, прокладка маршрутов, строительство причалов и лодочных станций в д. Кимоваара, Тулос.

В перечень объектов туристской и вспомогательной инфраструктуры, предполагаемых к строительству на территории туристской зоны «Муезерская» (I очередь), также включены строительство визит-центра «Экологический туризм в Муезерском районе», оборудование экспозиций и трасс экологических туристских маршрутов, обеспечение информационного сопровождения на маршрутах; строительст-

¹⁸ Там же.

¹⁹ Там же.

²⁰ Генеральная Схема размещения объектов и инфраструктуры туризма в развитие Схемы территориального планирования Республики Карелия (пояснительная записка). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gov.karelia.ru/gov/Power/Ministry/Development/Tourism/Plan/index.html>

²¹ <http://gov.karelia.ru/gov/Power/Ministry/Development/Tourism/Plan/index.html>

²² Там же.

во центра водно-спортивного туризма и байдарочного спорта, оборудование причалов и мест стоянки маломерных судов в п. Реболы; строительство кафе и объектов придорожной инфраструктуры в районе п. Тикша, Реболы, Кимоваара, Лендеры, Тулос; строительство лодочной станции и центра технического обеспечения и обслуживания туристов в п. Лендеры; энергообеспечение туристских объектов и развитие инженерной инфраструктуры.

По основным объектам туристской и вспомогательной инфраструктуры в Проекте проведена калькуляция инвестиционных затрат на их строительство, подготовку и введение в эксплуатацию. Выполнена оценка инвестиций по источникам финансирования в соответствии с государственными приоритетами и интересами частных инвесторов [там же].

Ожидаемое количество новых рабочих мест в сфере туризма составит около 80 мест, а с учетом обслуживающих секторов – более 200 мест с учетом дополнительной самозанятости населения. Планируется развитие сети придорожных кафе.

В современных условиях туристская отрасль Муезерского района обладает достаточно серьезным потенциалом для развития. Управленческие и организационные усилия в этом направлении могут дать толчок социально-экономическому развитию района.

УДК 338.48(470.12)

Дубиничева Л.В.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ НА ОСНОВЕ МЕЖМУНИЦИПАЛЬНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА ТЕРРИТОРИЙ (НА МАТЕРИАЛАХ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ)

В статье рассматриваются предпосылки создания и перспективы развития межмуниципального проекта «Туристская дестинация «Белоозеро».

Dubinicheva L.V. The Distinctive Features of Forming of the Tourist Destinations Based on the Inter-municipal Cooperation of Territories (on the materials of the Vologda Oblast)

The preconditions for creation and perspectives in development of the inter-municipal project «The Tourist Destination «Beloozero» are examined in the article.

Межмуниципальное сотрудничество в настоящее время приобретает особую актуальность и служит инструментом более эффективной реализации местного самоуправления для решения вопросов социально-экономического развития территорий.

Муниципальные районы, которые не имеют достаточной базы для развития производственного сектора, движение и дальнейшее развитие территорий возможно за счет использования туристских ресурсов. В данном положении оказались и некоторые районы Вологодской области. Для решения проблемы и в качестве первого опыта сотрудничества между муниципалитетами в регионе была выделена площадка для реализации нового межмуниципального проекта «Туристская дестинация¹ «Белоозеро».

Проект направлен на наиболее эффективную реализацию туристского потенциала трех муниципальных образований (Кирилловский, Белозерский и Вашкинский), формирование комфортных условий для ведения бизнеса и создание нового конкурентоспособного турпродукта на территории региона.

Площадка проекта располагается на северо-западе области, занимает территорию 13,7 тыс. кв. км (рис. 1). Самым близким муниципалитетом до областного центра является Кирилловский район – 127 км, дальняя точка дестинации – Белозерский район (214 км).

Данная площадка для туристского проекта выбрана не случайно. В качестве факторов, определяющих привлекательность территории, можно выделить следующие:

- выгодное экономико-географическое положение;
- наличие культурных традиций и объектов туристского показа;
- благоприятная экологическая обстановка;
- развитая гидрографическая сеть.

¹ Туристская дестинация – место или территории, имеющие определенные границы, объединенные географически и исторически в одно туристское пространство и привлекающее туристские потоки за счет собственных аттрактивных возможностей.

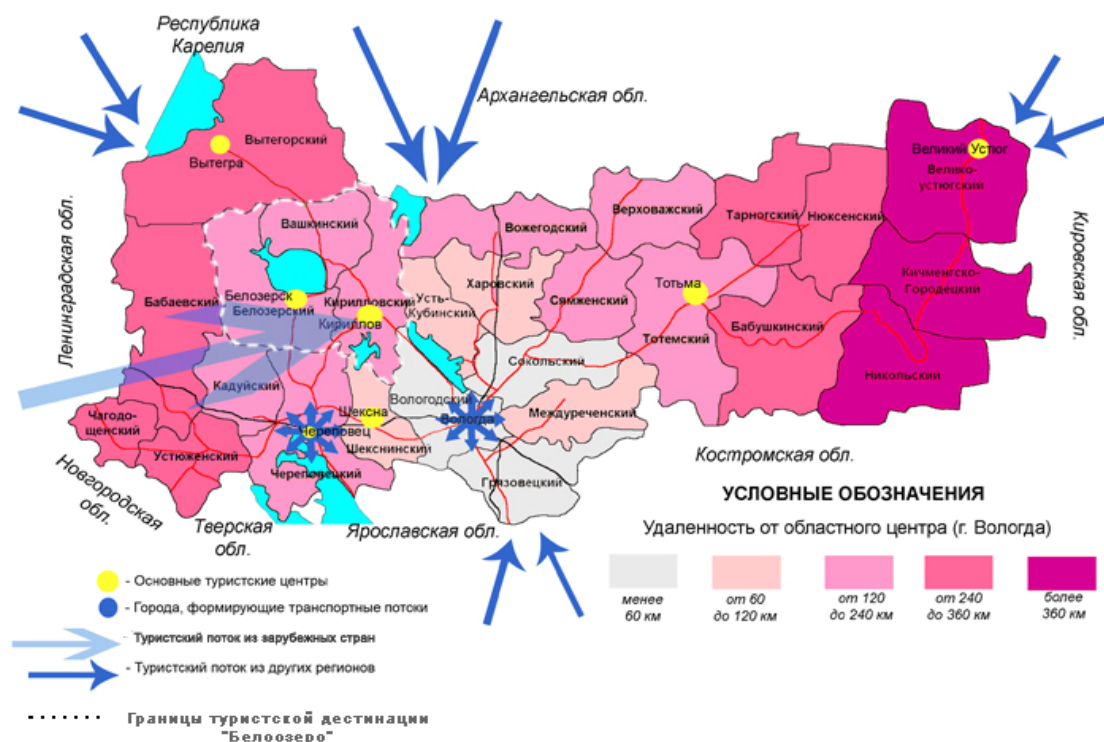


Рис. 1. Географическое положение туристской дестинации «Белоозеро»

Города Кириллов и Белозерск являются основными туристскими центрами² не только в формируемой дестинации, но и в масштабе региона (табл. 1). У каждого муниципалитета существуют разработанные туристские бренды и экскурсионные программы.

Таблица 1

Туристский потенциал дестинации

Муниципалитет	Доля посетителей в областном потоке, %	Доля посетителей в потоке дестинации, %	Основные достопримечательности
Кирилловский	18,6	80,3	Ансамбль Кирилло-Белозерского монастыря, Ферапонтов монастырь, Горичский девичий Воскресенский монастырь, Нило-Сорская пустынь, гора Маура, национальный парк «Русский Север».
Белозерский	3,4	14,8	Городище Старый Белозерский городок, Белозерский вал, Маринская водная система (XIX в.). Памятники природы Дмитворово озеро и Васькин Бор.
Вашкинский	1,0	4,7	Комплексы церквей (в с. Ухтома, церковь Успения, церковь Воздвижения, церковь Александра Невского). Археологические памятники: стоянка Слободка каргопольской культуры, стоянка Водоба, городище Княжья могила.

Исходя из природных условий и культурно-исторических особенностей территории в муниципалитетах развиваются следующие виды туризма (табл. 2).

Таблица 2

Виды туризма в дестинации «Белоозеро»

Муниципальные образования	Виды туризма						
	Культурно-познавательный	Экологический	Деревенский	Лечебно-оздоровительный	Паломнический	Деловой	Событийный
Кирилловский	+	+	+		+	+	+
Белозерский	+	+	+	+		+	+
Вашкинский	+		+				+

² Туристский центр – совокупность туристских объектов, компактно расположенных на одной территории, объединенных общей инфраструктурой и служащих для целей обслуживания туристов. Главными признаками туристского центра являются локализация и концентрация объектов туристского показа и высокая интенсивность туристско-рекреационной деятельности.

Что касается инфраструктурной базы дестинации, то она находится в стадии формирования. Имеющихся объектов размещения и питания в муниципалитетах для приема туристов недостаточно (особенно в Вашкинском и Белозерском), и они пока не соответствуют стандартам качества сервиса туристской инфраструктуры. Объекты общественного питания и торгового обслуживания ориентированы в основном на местное население.

В целом уровень развития туристской и вспомогательной инфраструктуры дестинации можно оценить как средний (табл. 3).

Таблица 3

Уровень развития туристской и вспомогательной инфраструктуры в дестинации

	Высокий	Средний	Низкий
Кирилловский район			
Объекты туристского показа			
Средства размещения			
Сфера общественного питания			
Сфера торгового обслуживания			
Транспортное обслуживание и трансферт			
Сфера досуга и развлечений			
Белозерский район			
Объекты туристского показа			
Средства размещения			
Сфера общественного питания			
Сфера торгового обслуживания			
Транспортное обслуживание и трансферт			
Сфера досуга и развлечений			
Вашкинский район			
Объекты туристского показа			
Средства размещения			
Сфера общественного питания			
Сфера торгового обслуживания			
Транспортное обслуживание и трансферт			
Сфера досуга и развлечений			

Анализ уровня развития туристской инфраструктуры позволил выявить слабые места и проблемы дестинации. Прежде всего, это:

- недостаточный уровень развития туристской и вспомогательной инфраструктуры в сочетании с невысоким качеством услуг;
- низкая доступность и неудовлетворительное техническое и эстетическое состояние объектов туристского показа, сезонность их функционирования;
- неэффективность маркетинга и отсутствие системы продвижения брендов;
- недостаток квалифицированных трудовых ресурсов в сфере туризма.

Решению перечисленных проблем и развитию туризма в целом активно оказывают помощь региональные и местные власти. На регулярной основе строятся взаимоотношения между властью и представителями турбизнеса, проводятся выездные заседания в районы, обучающие семинары, курсы повышения квалификации и т.п.

Тем не менее, система управления дестинацией полностью не сформирована, но отдельные ее элементы присутствуют. Так, например, в каждом районе разработаны муниципальные программы по развитию туризма (рис. 2). Главным курирующим органом системы управления сферой туризма муниципалитетов является специально созданный Координационный совет по развитию туризма в Вологодской области, который начал свою работу в апреле 2009 г.

Районы	Муниципальные программы по развитию туризма	Рабочие группы по развитию туризма	Специалисты и отделы, курирующие сферу туризма	Муниципальные учреждения
Кирилловский	+			+
Белозерский	+	+	+	
Вашкинский	+		+	+

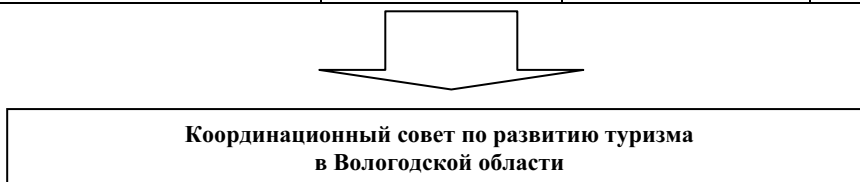


Рис. 2. Система управления сферой туризма дестинации

В настоящее время разрабатывается «Концепция развития дестинации «Белоозеро», логотип, включающий бренды трех районов, уже разработан пакет инвестиционных предложений в сферу туризма муниципалитетов, в котором определены потребности в объектах инфраструктуры.

На развитие туристской дестинации «Белоозеро» планируется выделение 9 млн руб. из областного бюджета. Предполагаемый объем частных инвестиций составит более 850 млн руб. (табл. 4).

Таблица 4

Источники и объемы финансирования мероприятий, направленные на развитие туристской дестинации «Белоозеро»

Источник финансирования на 2009-2012 гг.	Объем финансирования, млн руб.	Мероприятия
Бюджетные средства на 2009-2012 гг.	9,0	<u>Белозерский район:</u> Создание Дома ремесел в п. Зубково. <u>Вашкинский район:</u> Ремонт железобетонного пирса и подходной дамбы в с. Липин Бор; Рекламно-информационная поддержка дестинации «Белоозеро»; Поддержка новых туристских проектов – «Кирилловская гармонь» (с. Волокославинское Кирилловского района) и «Липин Бор – царство Золотой рыбки» (Вашкинский район).
Инвестиционные средства	850,0	<u>В Кирилловском районе строительство:</u> причала для приема круизных судов в с. Горницы, горнолыжного комплекса на Цыпиной горе, 8 мини-гостиниц и объектов общественного питания, туристского комплекса в д. Поповская. <u>В Белоозерском районе строительство:</u> историко-архитектурного комплекса «Княжий двор», сети мини-гостиниц. <u>В Вашкинском районе строительство:</u> базы отдыха и дома рыбака, детского кафе.

Необходимо отметить, что по оценке научно-проектного института пространственного планирования «ЭНКО» г. Санкт-Петербург потенциальная туристская емкость дестинации «Белоозеро» составляет около 700 тыс. посетителей, т.е. в настоящее время реальный уровень использования емкости составляет всего лишь 50 % (табл. 5).

Таблица 5

Прогноз туристского потока в дестинацию «Белоозеро» (тыс. чел.)

Районы	2006 г.	2008 г.	2009 г.	Прогноз	
				2015 г.	2020 г.
Кирилловский	264	300	253	400	500
Белозерский	30,3	45,9	46,8	80	до 120
Вашкинский	0,3	7,3	15	30	до 50
Итого:	294,6	353,2	315	510,0	670,0

В перспективе приоритетными видами туризма в дестинации будут:

- деревенский туризм (агротуризм);
- рыболовный и охотничий туризм;
- экологический;
- автомобильный на собственном транспорте.

Эти виды туризма в настоящее время пользуются большим спросом у туристов, для развития которых в дестинации есть все необходимые условия: разнообразие природных условий; богатство животного и растительного мира; концентрация памятников культурно-исторического наследия; широкое развитие народных художественных промыслов и ремесел; наличие домов и баз отдыха.

Агротуризм или деревенский туризм, который приобретает популярность, может стать специализацией дестинации, а совместное развитие сельскохозяйственной деятельности и агротуризма – эффективной базой получения прибыли. За счет усиленного развития деревенского туризма возможно увеличение продолжительности пребывания туристов в дестинации до 7-14 дней (в н.в. продолжительность составляет 1-3 дня).

Целевыми сегментами рынка агротуризма являются: семьи с детьми; пожилые люди с внуками; компании молодых людей; люди, увлекающиеся активными видами отдыха (рыбалка, охота).

Рынок агротуризма начинает постепенно формироваться. В настоящее время в каждом районе дестинации существуют гостиничные, охотничьи дома и базы отдыха, в которых хозяева принимают гостей и оказывают услуги по организации досуга, а именно: рыбалка, сбор грибов и ягод, походы по окрестностям, уход за домашними животными.

В результате развития сельского туризма горожане имеют возможность получить здоровый отдых по вполне приемлемым ценам, а сельские жители – возможность более эффективно использовать свой жилой фонд, реализовать часть произведенной сельхозпродукции прямо на месте.

Потенциальный экономический эффект от развития агротуризма для жителей сельских поселений весьма значителен. Неограниченный диапазон предоставления таких услуг, как проживание, питание, отдых и досуг, дает возможность получать доход каждому участнику туристского процесса в сельской местности. Сельский туризм, организованный на базе собственных ресурсов и создающий свою специфику, может стать одним из элементов оживления местной экономики. Этот рентабельный и доходный бизнес при правильной организации стимулирует развитие транспорта, систем связи, торговли, сферы услуг, объектов развлечения.

Необходимо отметить, что в регионе приняты целевые программы «Социальное развитие села до 2010 года», «Развитие личных подсобных хозяйств Вологодской области на 2001-2010 гг.», а также «Развитие малого и среднего предпринимательства в Вологодской области на 2009-2012 гг.», реализация которых положительно отразится на развитии агротуризма.

В будущем реализация проекта туристская дестинация «Белоозеро» позволит:

- создать новый конкурентоспособный туристский продукт;
- увеличить поток туристов;
- привлечь инвестиции и сформировать инфраструктуру районов путем строительства объектов социального и коммерческого характера;
- повысить занятость населения районов в туристской сфере.

Также данный проект позволит усилить внимание местных властей (муниципальных и региональных) к имеющимся проблемам в муниципалитетах (во всех сферах жизни) и скоординировать действия по их решению, что в перспективе будет способствовать достижению как социального, так и экономического эффекта от реализации проекта.

УДК 34

Егоров В.Е.

ПРАВОВАЯ ОСНОВА СОЗДАНИЯ УСЛОВИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ

В статье автор поднимает проблемные вопросы правового регулирования туризма на региональном и муниципальном уровнях. Предлагает решить возникшие противоречия на примере Псковской области путем принятия ряда нормативно-правовых актов на региональном и местном уровнях для создания условий развития туризма в муниципальных образованиях. Приводит конкретные предложения по их реализации.

Egorov V.E. The Legal Base for Creation of Conditions for Development of Tourism at the Municipal Level

In this article, the author analyses the issues concerning the legal regulation of tourism at regional and municipal levels. He proposes to resolve problems using the experience of the Pskov Oblast by means of enactment of normative-legal acts at regional and local levels for organization of conditions for the tourism development in municipalities. The specific arrangements for organization of conditions are given as well.

25 декабря 2008 г. в Федеральный закон от 6 октября 2003 г. N 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» внесены изменения в статьи 14.1, 15.1, 16.1¹. Эти изменения связаны с наделением полномочий в сфере туризма органов местного самоуправления. Таким образом, права органов местного самоуправления поселения на решение вопросов, не отнесенных к вопросам местного значения поселений, дополнились пунктами, позволяющими создание условий для развития туризма.

Следовательно, законодателем сформирована правовая основа для более активной реализации муниципальной политики в сфере туризма, которая является продолжением государственной политики на местном уровне. В настоящий момент органы местного самоуправления всех уровней имеют возможность более эффективно осуществлять мероприятия по поддержке и развитию туризма и создавать соответствующие органы муниципального управления сферой туризма.

Думается, в Закон внесены поистине инновационные нормы, позволяющие органам местного самоуправления заниматься развитием туризма на муниципальном уровне, что раньше не позволялось законодательством. Даже решение законодателя о регулировании туризма на региональном уровне в свое время вызвало ряд противоречивых суждений среди юристов и практических работников сферы туризма, которые не со-

¹ Федеральный закон от 6 октября 2003 года N 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (в редакции от 28.11.2009 N 283-ФЗ) // Собрание законодательства РФ, 2003, N 40, ст. 3822.

гласны были с этим предписанием. Субъекты Российской Федерации, говорили они, «не вправе создавать законы, регулирующие туристскую деятельность, тем самым вторгаясь в сферу гражданско-правового регулирования»². Такого же мнения придерживались в своих трудах Н.И. Волошин³ и М.М. Маринин⁴, которые подчеркивали, что вопросы организации туризма имеют общегосударственное и стратегическое значение и должны относиться только к предметам ведения РФ.

По нашему мнению, такие суждения не имеют под собой никакой почвы, так как субъекты РФ, являясь государственными образованиями в составе федерации, имеют полное право регулировать туризмом и туристской индустрией на своих территориях. С принятием новых изменений в Законе сельские и городские поселения российских регионов получили возможность заниматься туристской деятельностью, получать инвестиции, консолидировать средства.

Таким образом государством предоставляется юридическая возможность развития туризма на местном (муниципальном) уровне, снимаются все преграды в части контроля финансовых органов.

Однако принятие законодателем новых изменений в ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» вызвало ряд проблем на местном уровне. Прежде всего это формирование новых структурных подразделений в администрациях муниципальных образований по организации внутренней туристской деятельности в городских и сельских поселениях, рассмотрение и принятие муниципальных правовых актов, способствующих развитию туризма на своих территориях, разработка программ развития внутреннего туризма, в том числе социального и самодельного туризма на территории поселений, и, что крайне важно, выделение денежных средств на развитие туризма отдельной строкой в бюджетах муниципальных образований.

Чтобы решить эти проблемы, необходимо, по нашему мнению, в первую очередь разработать Концепции развития туризма в субъектах РФ и принять Законы субъектов России по туризму, ведь муниципальные образования входят в состав конкретных субъектов нашего государства и во многом зависят от размера консолидирующего бюджета соответствующего региона.

К сожалению, законодательство о туристской деятельности не очень активно развивается в субъектах РФ. Только в 48 субъектах существуют специальные законы, регулирующие общественные отношения в сфере туризма, в 3 субъектах действуют концепции развития туризма и в 16 регионах приняты региональные целевые программы развития туризма⁵. Как видим, цифры неутешительные. Имеющиеся законы субъектов не в полной мере отражают суть действующей политики РФ в сфере туризма, так как по содержанию они устарели, не соответствуют нынешним реалиям.

К примеру, в Псковской области 14 июля 1999 г. за № 48-ОЗ был принят Закон «О туристской деятельности в Псковской области», который практически полностью не соответствует действующему федеральному законодательству о туризме. В свое время по своему содержанию он был принят по одному и тому же канону что и Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». При этом нашими законодателями не были учтены особенности применительно к территории Псковской области, его туристско-рекреационный потенциал. За прошедший период стало заметно, кроме этого, острой нехватки профессиональных управленцев и экономистов новой формации, способных эффективно возглавить современные направления в индустрии туризма нашего региона. Последние изменения в этот закон внесены 22 декабря 2003 г. Закон не регулирует актуальные проблемы развития регионального туризма на современном этапе и является серьезной проблемой развития туризма на муниципальном уровне.

Концепция развития туризма в Псковской области вообще не была принята; так как неоднократные попытки со стороны исполнительных органов власти региона в прошлом не увенчались успехом. Такая же картина во многих регионах России. Думается целесообразно рассмотреть и решение проблемных вопросов на примере Псковской области как типичном регионе России.

По нашему мнению, законодателям Псковской области необходимо разработать новый Закон, регулирующий туристскую отрасль в Псковской области, и в нем целесообразно отразить следующие актуальные вопросы правового регулирования туризмом:

- определение и поддержка приоритетных направлений туристской деятельности в Псковской области;
- защита прав и законных интересов туристов в Псковской области, реализации мер обеспечения безопасности туризма;
- меры по содействию информационного обеспечения регионального туризма, в том числе путем продвижения туристского продукта Псковской области на внутреннем и мировом туристских рынках;
- содействия проведению стандартизации и классификации объектов туристской индустрии, расположенных на территории области;

² Писаревский Е.Л. Туристская деятельность: Проблемы правового регулирования. Владивосток: Знание, 1999. – 134 с.

³ Волошин Н.Н. Законодательство Российской Федерации о туристской деятельности // Журнал российского права. - № 11. – 2002. – С. 38 – 45.

⁴ Маринин М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме. М.: Финансы и статистика, 2002. 139 с. – С. 7-8

⁵ Существующее состояние сферы туризма в Российской Федерации // Туризм: право и экономика. – 2008. - № 2. – С. 105 – 111.

– меры по проведению классификации и оценки туристских ресурсов Псковской области, установление режима их охраны, порядка сохранения целостности туристских ресурсов и реализация мер по их восстановлению, определение порядка использования туристских ресурсов с учетом предельно допустимых нагрузок на окружающую природную среду;

- меры по содействию кадровым обеспечением и развитию научных исследований в сфере туризма;
- меры по оказанию помощи и содействию предпринимателям работающих в сфере туризма.

При разработке и принятии нормативно-правовых актов необходимо учесть актуальные проблемы развития регионального туризма, ведь федеральный закон призван заложить единые (общие) подходы к государственному регулированию на федеральном уровне в сфере туризма, а закон субъекта призван обеспечить туристскую индустрию с учетом особенностей применительно к конкретным территориям региона. Как видно, эти законы имеют очевидное изначальное различие.

Немаловажное значение имеет также возможность непосредственной организации туристской деятельности на региональном и муниципальном уровнях, создав при органах исполнительной власти субъектов или муниципальных образований свои туристские предприятия, занимающиеся формированием, продвижением и реализацией туристского продукта (туроператоры). Они отныне имеют определенные преференции, так как согласно ст. 4.1. Федерального закона от 24 ноября 1996 г. «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» № 132-ФЗ (в ред. от 28.06.2009 г.) «финансовое обеспечение не требуется для государственных и муниципальных унитарных предприятий, а также государственных и муниципальных учреждений, осуществляющих деятельность по организации путешествий в пределах территории Российской Федерации по установленным государством ценам в целях решения социальных задач»⁶.

Кроме этого, по нашему мнению, закон субъекта необходимо назвать «О туризме и туристской индустрии». Действующий Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» в полном объеме регулирует туристскую деятельность в России, то есть деятельность туроператоров и турагентов, а закон, регулирующий туристскую индустрию в государстве, отсутствует.

Учитывая, что туризм – одна из важнейших сфер деятельности современной экономики, нацеленная на удовлетворение потребностей людей и повышение качества жизни населения, необходимо разработать и принять Концепцию развития туризма Псковской области. Положения концепции должны стать основой для государственного понимания места и роли сферы туризма в экономике региона, определить направления и уровень государственной поддержки туристской индустрии на Псковской земле.

Думается, в концепцию необходимо включить такие задачи:

- создание условий для динамичного и устойчивого экономического роста;
- повышение уровня и качества жизни населения области путем увеличения занятости в сфере туризма;
- рост конкурентоспособности экономики Псковской области путем повышения привлекательности наших земель как туристского направления.

До разработки концепции необходимо отметить некоторые конкурентные преимущества, к которым можно отнести прежде всего богатейшее культурно-историческое и природное наследие Псковской области, в сочетании с фактором неизведанности, что представляет собой особый интерес для искушенных иностранных туристов и наших граждан, ранее никогда не бывших на наших землях.

Кроме этого необходимо учесть ряд факторов, которые относятся к конкурентным слабостям нашего региона:

- слабо развитая туристская инфраструктура, недостаточное количество гостиниц и других средств размещения с современным уровнем комфорта;
- высокая цена за проживание в гостиницах, питание, транспорт и иные услуги, заметно превышающая европейский уровень;
- неразвитая политика для привлечения инвестиций в туристскую индустрию, отсутствие готовых инвестиционных площадок, существующие административные барьеры, невыгодные условия земельной аренды;
- дефицит квалифицированных кадров в сфере туристской индустрии, особенно нижнего и среднего обслуживающего персонала, неумение управлять кадрами;
- недостаточная государственная некоммерческая реклама туристских возможностей региона, как на зарубежных направляющих рынках, так и внутри страны и региона, что затрудняет формирование позитивного имиджа Псковской области как региона, благоприятного для туризма.

В результате анализа конкретных преимуществ и слабостей Псковской области на рынке въездного и внутреннего туризма можно сформулировать основную цель развития туризма региона: формирование современного эффективного конкурентоспособного туристского рынка, обеспечивающего широкие возможности

⁶ Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в редакции Федеральных законов от 10.01.2003 N 15-ФЗ, от 22.08.2004 N 122-ФЗ, от 05.02.2007 N 12-ФЗ, от 30.12.2008 N 309-ФЗ, от 28.06.2009 N 123-ФЗ) // Собрание законодательства РФ. 1996. N 49. Ст. 5491.

для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в туристских услугах, повышение занятости и уровня доходов населения.

Думается, для достижения сформулированной цели необходимо выполнить следующие основные задачи:

1. Совершенствовать нормативно-правовое регулирование Псковской области в сфере туризма;
2. Развивать и совершенствовать туристскую инфраструктуру, в том числе сопутствующей (средства размещения, транспорт, общественное питание, индустрия развлечений и др.);
3. Создать новые приоритетные туристские центры;
4. Продвинуть Псковскую область в рекламно-информационном поле и создать имидж региона как благоприятный для туризма на мировом, федеральном и внутреннем туристских рынках;
5. Повысить качество туристских и сопутствующих услуг;
6. Обеспечить условия для личной безопасности туристов.

Для скорейшего принятия названных актов есть своеобразный стимул. По сообщению министра спорта, туризма и молодежной политики РФ В. Мутко⁷ государство планирует субсидировать регионы, но только те, которые имеют готовые программы развития туризма. Только после принятия нового Закона и Концепции развития туризма Псковской области муниципальные образования нашего региона могут принять Решения представительных органов местного самоуправления (Городские Думы, Районные Собрания депутатов) по созданию полноправных условий для развития туризма и организации туристской деятельности на своих территориях.

Думается, при решении названных проблем необходимо учесть ряд факторов, от которых зависит развитие туризма на местном уровне: рекреационные потребности населения (социальный фактор); благосостояние населения (экономический фактор); региональной и муниципальной политики в отношении туризма (административный фактор); рекреационный потенциал (ресурсный фактор).

Принятие законодателем новых поправок в Закон вызвал изменения и в Уставы муниципальных образований. Отныне полномочия муниципальных образований дополнились положениями, позволяющими заниматься развитием внутреннего и въездного туризма. Все это вызывает большую работу по претворению в жизнь новаций, предложенных государственными органами исполнительной власти, а потому государство возлагает надежду на бизнес-сообщество вообще и на его саморегулируемые организации. Предполагается начать активное взаимодействие с профсоюзными и общественными объединениями на региональном и муниципальном уровнях, развивая честное государственно-частное партнерство. Кроме перечисленного, предстоит серьезная работа по формированию единого реестра туристских ресурсов нашей области. А эта кропотливая и долгая работа возможна только при активном содействии и непосредственной помощи муниципальных образований. Практика показывает, что организация качественного туристско-экскурсионного обслуживания в муниципальных образованиях полностью зависит от благоустройства прилегающих территорий к объектам показа и посещения территорий. Немаловажным условием также является решение качества предоставляемых услуг, профессионализм и высокие требования к обслуживанию туристов и экскурсантов.

Псковская область, являясь привлекательным для туристов историческим местом Древней Руси, имеет высокий и далеко не реализованный потенциал для развития туризма. Вот почему одной из основных задач региональной и муниципальной исполнительных органов власти является создание современной туристской инфраструктуры, нацеленной на организацию и развитие внутреннего и въездного туризма как перспективной отрасли для нашего региона. Важную роль в организации приема и обслуживании гостей по-прежнему будет играть г. Псков как областной центр. Этому способствует его огромный историко-культурный потенциал, насыщенность музеями, памятниками истории и древней культуры. Псков продолжит выполнять функцию распределения, принимая туристские потоки извне и направляя их по конкретным маршрутам или муниципальным образованиям, являющимися локальными туристскими центрами. Отсюда возникает дальнейшее развитие туристского гостиничного хозяйства, как в самом Пскове, так и административных центрах муниципальных образований.

По мнению исследователей⁸, интересным направлением в туристском развитии в муниципальных образованиях, которое может стать достаточно эффективным, является создание сети небольших туристских баз и мини-гостиниц, расположенных вблизи мест отдыха туристов у водоемов, организация охоты, рыбной ловли, сбора грибов, ягод и краеведческих историко-культурных объектов.

Таким образом, мы видим, что правовая основа нашего государства по развитию внутреннего, социального и въездного туризмов практически создана, а поэтому вправе надеяться, что на региональном и муниципальных уровнях власти будет создана серьезная нормативно-правовая база для создания условий для развития туризма на муниципальном уровне.

⁷ Мутко В. Прямая речь // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2009. - № 2. - С. 7.

⁸ Моисеева Е.Г. Туризм – ресурс социокультурного развития страны // Туризм: право и экономика. 2008. - № 1. – С. 13 – 16.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ

Статья посвящена институциональным проблемам развития туристских дестинаций на муниципальном уровне. Рассматриваются результаты проекта Tasis, основанного на данных экономико-социологического обследования домохозяйств и предприятий Муезерского района. Приводится анализ научной дискуссии участников круглого стола по вопросам туристских дестинаций, которая проходила в рамках международной научно-практической конференции «Роль туризма в модернизации экономики российских регионов».

Kozyreva G.B., Morozova T.V. The Problems in Development of the Tourist Destinations at the Municipal Level

The article deals with the institutional problems occurring in development of the tourist destinations at the municipal level. The main results of the TASIC project based on the data on the results of the economic-sociological investigation in households and enterprises of the Muezersky district are examined. The analysis of the scientific discussion between participants of the round table on the issues of the tourist destinations taking place in the course of the international scientific-practical conference «The Role of Tourism in Modernization of the Economy of Russian Regions» is given hereby.

Туристская дестинация – ключевой элемент туристской системы. Само слово «дестинация» в переводе с английского означает «местонахождение; место назначения». Термин был введен Лейпером в середине 1980-х гг. Сейчас дестинация – это географическая территория, имеющая определенные границы, которая может привлекать и удовлетворять потребности достаточно широкой группы туристов¹. Предназначение дестинации – удовлетворение потребностей не только туристов, но и местных жителей (развитие туризма не должно ущемлять их интересы), то есть фактически обеспечивать условия для устойчивого туризма.

В основе развития устойчивого туризма лежат принципы Всемирного экологического фонда, решения Рио-де-Жанейро, Кодекс этики туризма и др., что увязывается с концепцией устойчивого развития, которая признается в настоящее время определяющей в социальном развитии и предполагает процесс равновесного существования природной, экономической и социальной подсистем, в которых совершаются эффективные для общества и человека пользования имеющимися ресурсами в настоящее время и на длительную перспективу.

Чтобы туризм мог реально оказывать положительное влияние на хозяйство и социальную сферу территории, а также быть реальным приоритетным направлением экономики, он должен отвечать следующим критериям: 1) ориентация туристов на потребление местных ресурсов, 2) сохранение естественной природной среды, 3) поддержание традиционного уклада жизни населения.

Понятие туристской дестинации и устойчивого туризма согласуются с идеей «культурных районов»². Концепция «культурных районов» основана на наблюдении о том, что производство многих продуктов, поставляющихся на мировой рынок, связано с существованием компактных культурных сообществ. В этих сообществах существует специфическая культура, состоящая из множества отдельных, но сильно связанных друг с другом, культурных компонентов. Чтобы туристская дестинация состоялась и стала источником повышения социально-экономического благополучия муниципального образования, необходимы не только соответствующие институциональные условия, но и сочетание множества экономических, социальных, психологических и культурологических факторов. При этом не факт, что экономические факторы станут определяющими. Должно появиться принципиально новое качество социо-культурной среды, а это не быстрый процесс. Жизнь туристской дестинации муниципального образования как локальной туристской культуры, начинается со сравнительно небольших финансовых затрат, туристских потоков и привлеченных людей. И не всегда зарождающийся процесс выливается в устойчивое эволюционное развитие.

Вопросы, связанные с потенциальными возможностями развития туризма в приграничных муниципальных районах Республики Карелия, исследовались в рамках проекта Tasis «Экологический туризм на службе Муезерского района»³. Информационная база исследования включает данные муниципальной и региональной статистики и данные социологического обследования п. Муезерский, п. Реболы и п. Лендеры.

Анализ современной социально-экономической ситуации Муезерского района (социально-демографическая структура, система расселения, структура занятости, производственная и социальная инфраструктуры, социально-экономическое положение местного населения, его социальных предпочтений и ориентаций и взглядов на перспективы развития района) показал, что район, находясь в сложной социально-экономической ситуации, нуждается в поиске новых экономических стратегий. Одной из таких стратегий может быть туризм.

В проекте исследованы проблемы и перспективы данной стратегии.

¹ Боголюбов В.С. Экономика туризма / Боголюбов В.С. Издательство: Академия, 2005.

² Santagata, W. Cultural Districts and Economic Development: Turin University Working Papers, N1, 2004.

³ Tasis «Экологический туризм на службе Муезерского района» (TSPF/0302/0062), 2003-2004, при поддержке TACIS CBC Small Project Facility.

Туристская привлекательность территории обусловлена наличием уникальной природы, особенно выделяются водные объекты. Основным интерес со стороны Финляндии вызывает водный маршрут по системе Лексозеро – Лендерка – Лиекса. Эта единая водная система (пороги Лендерки имеют 7 степеней сложности) могла бы стать привлекательнейшим объектом, особенно для финских туристов – начать сплав на территории Финляндии, продолжить его на территории Карелии и снова вернуться в Финляндию. Эта схема, к сожалению, не вписывается в современный политический формат.

На основе сформированных побратимских связей получил развитие сельский туризм, в котором активно участвует местное население, но, к сожалению, только на неформальном уровне.

Малый бизнес района при поддержке местного сообщества готов осваивать сферу туризма, но этому препятствуют многочисленные административные барьеры, связанные с лицензированием, отчетностью, получением кредитов и т.п.

Местная власть связывает с туризмом надежды на оживление экономики и улучшение социальной ситуации в районе, но это, скорее благие пожелания, чем реальные планы. Результаты исследования свидетельствуют не об интересе власти как стэйк-холдера развивать туризм для местного сообщества, а о личной заинтересованности отдельных чиновников в международных проектах, которые позволяют решать им личные вопросы (например, отправить родственников за границу и съездить туда самим).

Сфера туризма в Муезерском районе не представлена ни соответствующей инфраструктурой, ни хозяйствующими субъектами. На сегодня (за 7 лет ситуация мало изменилась) можно говорить о наличии весьма ограниченного круга потенциальных потребителей туристского продукта района.

На фоне проблем в рамках проекта удалось выявить активную социо-культурную среду, которая является центром социальных инициатив, способным при благоприятных условиях стать важным звеном в институционализации туризма района. Носителем этой среды является творческая интеллигенция, деятельность которой направлена не только на сохранение и развитие культурно-исторического наследия и природы района, но и на встраивание этих компонент в социально-экономический контекст.

В районе были попытки дать толчок развитию туризма через создание государственного предприятия «Киви-Койву», что не получило институциональной поддержки. Была идея на базе Лендерской комплексной школы создать Центр отдыха, который мог бы стать туристским центром. Инициатива исходила от руководства школы и началась с организации коммерческой структуры с юридическим статусом. Первоначальная деятельность была ориентирована на укрепление материально-технической базы: приобретение автобуса, строительство кафе. По мнению директора школы-комплекса «...в перспективе на имеющихся площадях можно сделать: танцевальный зал, женский клуб, бильярдный зал, семейный клуб и т.п.». К сожалению, инициатива не была реализована из-за недостатка финансовых ресурсов уже на первом этапе: строительство было заморожено.

Идея туристского центра с активным участием местного сообщества продолжает жить и воплощаться пока через такие направления, как школьный Поисковый клуб – филиал Республиканского центра туризма. В рамках этого клуба налажены контакты с московской «Ассоциацией поисковых объединений», «Российским центром дополнительного образования», школьники включены в изучение истории и природы края через туризм (пеший, водный, лыжный). В районе была осуществлена попытка создать филиал училища для подготовки специалистов по туризму. К сожалению, инициаторы идеи не смогли выйти на серьезные инвестиционные проекты, но желание реализовать план создания Центра туризма в п. Лендеры не исчезло.

К культурным инициативам можно отнести деятельность краеведческого музея Ребольской школы. Музей может рассматриваться не только как объект показа для потенциальных туристов, но и как просветительский центр экологической культуры для местного населения. Муниципальное учреждение «Народный дом» является в настоящее время центром культуры п. Лендеры, возрождая и развивая фольклор и народное творчество через работу хорового, танцевального коллективов и других кружков. Являясь инициатором и организатором многочисленных культурных мероприятий и праздников, этот центр может стать ядром культурного туризма. Помимо этого, деятельность «Общества дружбы», основанного на побратимскую связь Реболы – Лиекса, ориентирована на формирование инфраструктуры туризма: существует инициатива на базе неработающей больницы создать гостиницу для приема гостей из Финляндии⁴.

Результаты исследований показали, что в Муезерском районе, несмотря на институциональные и экономические ограничения, существует достаточно активная социо-культурная среда, способная стать толчком для запуска процесса формирования и развития экологического туризма на территории. Учитывая не только активы, но и проблемы территории, был разработан «План развития экологического туризма в Муезерском районе»⁵, который представляет собой совокупность проектов, различающихся по функциональному содержанию: институционального, просветительского, рекламного и инвестиционного характера. План включает следующие направления развития экологического туризма:

⁴ Морозова Т.В., Козырева Г.Б., Сухарев М.В., Гурова С.А. Отчет о научно-исследовательской деятельности в рамках проекта Тасис «Экологический туризм на службе развития Муезерского района и усиления охраны природы», 2004 г.

- формирование институциональной среды через консенсус интересов и институционализацию инициатив местного сообщества на районном уровне и внешнем пространстве (республиканском, российском, международном);
- социо-культурное развитие локального сообщества через образовательно-просветительскую деятельность;
- формирование и развитие туристского имиджа района через позиционирование турпродукта;
- инвестиционно-проектная деятельность.

Запуск Плана развития туризма – одна из сложнейших управленческих задач. В проекте был разработан перечень мероприятий для того, чтобы этот запуск состоялся. Нужно сказать, что международная проектная деятельность, реализуемая в рамках Tacis, нацелена на придание импульса местным сообществам в решении актуальных социально-экономических проблем. Основная миссия по решению этих проблем ложится на само сообщество. Поэтому говорить об эффективности проектной деятельности можно говорить лишь по реальным результатам – если проект выливается в долговременный устойчивый процесс, связанный с повышением не только экономической активности местного населения, но и его благосостояния. Для этого инициативу по реализации проектных идей в местном сообществе должны взять на себя так называемые стэйкхолдеры – заинтересованные стороны.

На начальном этапе важна поддержка и организующее воздействие местной администрации, региональных организаций, научного сообщества, международных организаций, содействующих развитию туризма и малого бизнеса. Стартовые условия для начала развития локальной туристской культуры необходимо заложить за счет обучения активных жителей района по основным направлениям туристской деятельности. Сначала туристические потоки будут небольшие, что не требует большого количества привлеченных людей и, соответственно, затрат. Увеличение объемов туристской деятельности и освоение прилегающих областей деятельности может происходить постепенно, по мере обучения местных предпринимателей и работников, развития инфраструктуры, распространения информации и укрепления репутации района, как туристической зоны.

При этом развитие социо-культурной среды должно способствовать расширению сфер, вовлеченных в туристский и примыкающий к нему бизнес. Экологический туризм может сработать на мультипликативный эффект – начнут развиваться и другие, связанные с ним перспективные виды туризма (природный, этнографический, сельский, познавательный, приключенческий, спортивный, водный, деловой), а также сопутствующие сферы бизнеса (транспорт, коммуникации, сервис и т.д.). Такой подход позволяет до появления крупных инвестиций начать деятельность по развитию туризма, оптимальным образом соединяя имеющийся природный и социальный потенциал местного сообщества, создавая синергетический эффект.

Исходя из концепции устойчивого развития, концепции «культурных районов» и идеологии туристских дестинаций, развитие экологического туризма в Муезерском районе возможно на основе культурно-исторических предпосылок, способных при благоприятных условиях сформироваться в цельный культурный комплекс, базирующийся на следующих компонентах:

- Знание местной природы, ее особенностей (лес, горы, возвышенности, озера, реки, животный и растительный мир). Именно эти знания позволят представить природу района для туристов во всем ее многообразии.
- Знание истории района, включая походы шведов и ответные походы новгородцев и карел, древнюю историю племен, построивших сейды и дольмены, новую и новейшую историю края.
- Культуру представления района, его рекламы, создания образа района в мировой информационной среде.
- Культуру туристического обслуживания, питания, общения с представителями других регионов и стран.
- Культуру размещения туристов для временного проживания, которая, помимо обеспечения бытовых удобств, должна иметь местную специфику, которая запомнится.

Главное – обеспечить стабильность развития, накопление локальной культуры туристической деятельности, создание синергетического эффекта взаимного усиления деятельности отдельных предпринимателей и специалистов, когда один дополняет другого (знаток местной природы – предприниматель, организующий туры – специалист по рекламе – предприниматель, организующий питание и так далее). Вместе они создают локальную культуру туристического бизнеса, которая является достоянием местного сообщества. Устойчивость достигается способностью культуры воспроизводить себя в следующих поколениях.

Рассмотрение через 7 лет полученных результатов Муезерского проекта в контексте идеологии туристских дестинаций позволило не только дополнить теоретическую исследовательскую модель, но и сделать некоторые новые практические выводы. Исходя из того, что в Муезерском районе за этот период туризм не стал стратегическим направлением развития, можно говорить о том, что на активной социо-культурной среде не «проросли всходы» экономической активности, чему, на наш взгляд, есть ряд объяснений. Во-первых, несмотря на формально существующий еврорегион «Карелия», вопрос смягчения барьерной функции границы между Россией и Финляндией не решается, что препятствует формированию благоприятного институционально климата для развития международного туризма, что негативно сказывается на таких монопромышленных приграничных территориях, как Муезерский район. Во-вторых, в местном сообществе не сформировались необходимые коммуникативные механизмы – не про-

изошло институционализации системы устойчивых связей с ассоциированными структурами республиканского, российского и международного уровней в области природопользования и туризма. В-третьих, активная социальная среда района не смогла стать консолидирующим звеном среди стэйк-холдеров территории. В-четвертых, реализации «Плана развития экологического туризма в Муезерском районе» препятствовали как российское, так и региональное законодательство.

Сегодня важно исследовать причины развития данного сценария. Такая возможность появилась в рамках международной научно-практической конференции «Роль туризма в модернизации экономики российских регионов», в частности в процессе научной дискуссии на круглом столе «Особенности управления развитием туристских дестинаций на уровне местного самоуправления»⁶. Основным вопросом круглого стола звучал следующим образом: *может ли туризм в сложившихся экономических и институциональных условиях стать ресурсом для развития муниципалитетов?*

Результаты дискуссии показали, что сегодня наблюдаются только некоторые позитивные тенденции в сфере институционального развития муниципальных территорий. *Туризм, конечно же, может стать ресурсом развития территории.* 25 декабря 2008 года в ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления Российской Федерации» были внесены, как считают эксперты, инновационные изменения в ст. 14.1, 15.1, 16.1. (ФЗ 131), которые связаны с наделением органов местного самоуправления дополнительными полномочиями – у них появилась возможность помимо решения вопросов местного значения, создавать условия для развития туризма.

Немаловажное значение имеет возможность непосредственной организации туристской деятельности на муниципальном уровне путем создания при муниципальных органах власти субъектов своих туристских предприятий, занимающихся формированием, продвижением и реализацией туристской продукции, то есть туроператоров. Они отныне имеют определенные преференции, так как согласно ст. 4.1 ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ», финансовое обеспечение не требуется для государственных и муниципальных унитарных предприятий, а также для муниципальных учреждений, осуществляющих деятельность по организации путешествий в пределах территории РФ по установленным государственным ценам в целях соблюдения социальных задач.

Вместе с тем институциональных изменений сегодня не достаточно, чтобы полноценно решать вопросы туристских дестинаций. Главное препятствие состоит в законодательных пробелах: есть изменения в ФЗ 131, но нет регионального закона, позволяющего муниципалитетам свободно реализовывать свои полномочия в организации и управлении туризмом. Закон о местном самоуправлении определяет полномочия в решении местных вопросов по туризму как деятельности несколько факультативно, а факультативные полномочия реализуются только в том случае, если сегодня объем трансфертов не более 70 % в бюджете данного муниципального образования. Поэтому сегодня практически для многих муниципальных образований, которые сегодня являются фактически не самодостаточными, законодательно обременить их такими полномочиями не представляется возможным. Существует активная низовая инициатива, но она не заполняет существующие недостатки, она не решает эффективно проблему организации и управления туризмом на местном уровне.

Важная проблема – это территориальное планирование, она связана с затянувшейся муниципальной реформой, сегодня перенесены многие сроки по градостроительной документации до 2012 г., многие заказы сегодня отодвинуты, есть много неясностей, в Карелии есть проблемы, связанные с границами муниципальных образований, хотя в других регионах (например, в Вологодской области) уже проведены некоторые практические шаги по их укрупнению. Поэтому до 2012 г. муниципалитеты должны подготовить документацию по оформлению муниципальной собственности, чтобы в будущем использовать возможность сдачи ее в аренду с учетом развития туристских дестинаций и местных интересов.

Муниципальная реформа создала еще один сложный момент в отношениях между районом и поселением, произошло разделение полномочий – на «ваше» и «наше», много неясностей, но сейчас работа над этими проблемами идет. В Карелии отсутствует закон, но есть соглашение по вертикальному взаимодействию, подписанное в 2007 г. между ассоциацией «Совет муниципальных образований РК» и региональным правительством, в котором заложены партнерские отношения.

Таким образом, сегодня уже можно говорить о создании в России некоторых институциональных предпосылок для развития туристских дестинаций на местном уровне. Следующие шаги по созданию благоприятных институциональных условий связаны с принятием целого ряда стратегических документов, в частности региональных законов о туризме. Необходима разработка и принятие региональных концепций развития туризма. Положения концепции должны стать основой для государственного понимания места и роли сферы туризма в экономике региона и для определения направления и уровня государственной поддержки туристской индустрии. Важнейшим инструментом могут стать федеральные целевые программы по развитию агропромышленного комплекса, в частности по сельскому туризму, среди направлений развития несельскохозяйственных видов деятельности. Но для этого необходимо внести

⁶ Конференция проходила 7-10 июня 2010 г. в г. Кондопоге и Петрозаводске.

коррективы в закон о статистической информации РФ. Отрасль туризм не выделен в отдельный код статистической классификации по виду экономической деятельности, что препятствует его поддержке в рамках Федеральных целевых программ (например, ФЦП по развитию АПК). На муниципальном уровне требуется разработка программ развития внутреннего туризма, в т.ч. социального и самодостаточного на территории поселения, а также что крайне важно – выделение денежных средств на развитие туризма отдельной строкой в бюджетах муниципальных образований.

Адекватная нормативно-правовая база для развития туристских дестинаций должна создать благоприятные условия для формирования и развития гражданских инициатив. Межмуниципальное сотрудничество – это новый инструмент, предоставленный новым законом. Он еще пока слабо используется, но, по крайней мере, сегодня можно создавать совместные товарищества, совместные хозяйственные общества в сфере туризма. Опыт Карелии, Архангельской и Волгоградской области показывает, что территориальное местное самоуправление (ТОС) может поддерживать туристские дестинации с незначительной поддержкой извне. Активное включение в международные программы, в рамках которых уже сегодня проводится обучение, работают инициативные люди, туристические фирмы, создано много кооперативов, организаций туризма может стать еще одним направлением для организации и управления туристскими дестинациями. В этот ряд можно поставить создание консорциумов, объединяющих гражданские, научные и бизнес-инициативы по поддержке и развитию туристских дестинаций.

В заключение, возвращаясь к результатам Муезерского проекта, следует еще раз акцентировать внимание на его ключевой проблеме, связанной с отсутствием институциональных условий для реализации низовой инициативы местного сообщества в сфере развития туризма. Сегодня муниципалитеты, получая новые полномочия без финансового обеспечения, не имеют достаточных позитивных ожиданий для их успешной реализации. Вместе с тем в риторике региональных и федеральных властей все сильнее звучит тема гражданских институтов и их роли в местном развитии. Образовавшийся провал пока не заполнен конкретными институтами и инструментами, хотя определенные положительные тенденции наметились. Ряды стэйк-холдеров не достаточно консолидированы. Социальная инициатива без государственной поддержки и заинтересованности бизнеса одна не решит проблем. Поэтому на сегодня вопрос о развитии туристской дестинации Муезерского района остается открытым.

УДК 338.432

Кулакова Л.М.

СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В СЕВЕРНЫХ ПРИГРАНИЧНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

Статья посвящена исследованию процесса развития предпринимательства в сфере сельского туризма. Рассмотрены перспективы развития предпринимательских инициатив со стороны жителей северных приграничных территорий.

Kulakova L.M. Modern features of entrepreneurship development in rural tourism in the northern border areas

The article deals with the development of entrepreneurship in rural tourism. The prospects for the development of entrepreneurial initiatives by inhabitants of the northern border areas.

Индустрия туризма является одной из крупнейших высокодоходных и наиболее динамичных отраслей мировой экономики. Одним из перспективных направлений развития индустрии туризма в межстрановом масштабе в настоящее время, принимая во внимание общемировые тенденции развития туризма, является сельский туризм или агротуризм (agrotourism). Из ежегодно путешествующих в мире порядка 700 млн туристов (от 12 до 30 процентов) предпочитают сельский туризм. Эти цифры характеризуют лишь международную ситуацию, а количество внутренних сельских туристов, «зеленых» туристов в разных странах значительно выше. Сельский туризм соединяет широкий спектр различных видов туризма, основанных на использовании природных, исторических и других особенностей ресурсов сельской местности, и развивается быстрыми темпами. В США и странах Западной Европы сельский туризм в последние двадцать лет стал самостоятельной высокодоходной отраслью туристской индустрии. Особенных успехов в развитии индустрии сельского туризма добились сельские предприниматели Финляндии, Швеции, Норвегии. В настоящее время услуги сельского туризма стали одним из основных неаграрных источников повышения благосостояния сельских жителей этих стран. По оценкам ВТО, сельский туризм входит в пятерку основных стратегических направлений развития туризма в мире до 2020 г.

Сельский туризм называют также «фермерским», так как фермеры первыми занялись этим делом. В Финляндии они, используя природные ландшафты, озера, реки, и учитывая рыночный спрос, начали организовывать отдых для горожан и иностранных туристов. Причем, привлекательным для туриста является не только природа, но и самобытная культура, возможность приобщиться к сельскому образу жизни, принять

участие в какой-нибудь чисто сельскохозяйственной работе – пастьбе скота, дойке коз, уборке урожая. Фермер при этом на время получает практически бесплатных наемных работников. Правда, такие приобщения все больше приобретают черты перфоменса, но он хорошо оплачивается. Поэтому сельский туризм в Финляндии приобрел широкие масштабы. Оформление сельского туризма как дополнительного вида деятельности, не требует для фермера сложных процедур – нужно просто написать объявление, что он готов принять гостей. В Финляндии это направление фермерской деятельности начало развиваться более 20 лет назад при активной поддержке государства и местных властей. На его развитие выделялись субсидии, кредиты, льготы. В настоящее время Европейский Союз также включился в поддержку развития сельского туризма.

Для России, особенно для ее нечерноземных регионов, это направление может стать одним из важных источников дохода для сельских территорий и стать рыночной нишей для многих сельских предпринимателей¹. С точки зрения сельского туризма Республика Карелия обладает огромным потенциалом. Это природные лесные и водные ландшафты, их биоразнообразие, этнические и культурные особенности сельских территорий, обилие исторических и архитектурных памятников. И неслучайно сельский туризм получил здесь развитие. Следует сказать, что модель сельского туризма, которая установилась в европейских странах, имеет мало общего с сельским туризмом в Карелии. Специфические условия жизни сельских территорий, связанные с малочисленным населением, удаленностью мест проживания, приближенностью к натуральному хозяйству, отсутствием бытовых удобств являются достаточно привлекательными для современного европейского туриста. Эти особенности активно использует местное население карельской глубинки.

Свое начало сельский туризм в Карелии получил на волне ностальгического туризма в конце 80-х гг. прошлого века, когда приграничные территории стали открытыми для посещений жителям Финляндии. Первыми гостями были бывшие жители территорий Сортавальского, Питкярантского, Суоярвского, Муезерского, Калевальского районов. Местные жители активно включились в этот неформальный бизнес – начали сдавать свои дома и предоставлять питание для туристов. Этот неформальный сектор деятельности получил в настоящее время широкое распространение во всех приграничных районах Карелии. Результаты наших исследований показали, что у половины семей этих территорий налажены долговременные прочные контакты с финскими и шведскими семьями, которые на протяжении более 20 лет периодически приезжают в Карелию. Этот долговременный контакт перешел в тесное дружеское сотрудничество. Гости и жители Карелии организуют совместные праздники, сопровождающиеся старинными играми. Финны любят приезжать на Иванов день, Петров день и др. Некоторые предприниматели включились в этот процесс, вкладывая при этом определенные средства.

Наша исследования показывают, что на сельских приграничных территориях Карелии отмечается достаточно высокая активность местного населения, которое включено в сферу предоставления услуг для приезжающих иностранных и российских туристов (жилье, питание, баня, транспорт, досуг). Прием гостей для некоторых семей является одним из важных источников доходов, а для некоторых – единственным². Одна из задач исследования была связана с выявлением роли границы в формировании деловой активности населения. Результаты показали, что самая высокая доля принадлежит нейтральной оценке – 35,3 % респондентов считают, что граница никакого влияния не оказывает (диаграмма 1). Несмотря на отсутствие погранзоны сохранился ритм ее жизни: по сравнению с другими приграничными районами в п. Муезерском очень невысокий уровень деловой активности.

Какое влияние оказывает на жизнь населения района приграничное положение территории (в % ответов)



Диаграмма 1

¹Кононов Н. Уединенные в ландшафте // Эксперт, - 2005. - № 35, - С. 34 - 42.

²Кулакова Л.М. Становление и развитие института сельского предпринимательства в Республике Карелия // Экономика Северо-запада: проблемы и перспективы развития, - 2006. - № 4, - С. 182-192.

Положительное влияние границы жители видят в расширении культурных связей (17,6 % респондентов), возможности дополнительного заработка за счет обслуживания туристов на территории района (12,6 % респондентов), возможности дополнительного заработка за счет трансграничной торговли (9,2 % респондентов), получении гуманитарной помощи (7,6 % респондентов), реальной возможности выезда за границу (5,9 % респондентов), предоставлении новых рабочих мест (0,8 % респондентов). Ухудшение криминогенной обстановки под влиянием границы отмечается менее, чем у 1 % опрошенных жителей. То есть граница рассматривается как источник улучшения материального положения, как некий экономический стимул развития приграничной территории³.

Туризм, по мнению населения, видится одним из элементов этого стимула (диаграмма 2).

Может ли туризм стать одной из основных сфер развития экономики Муезерского района (в % домохозяйств)

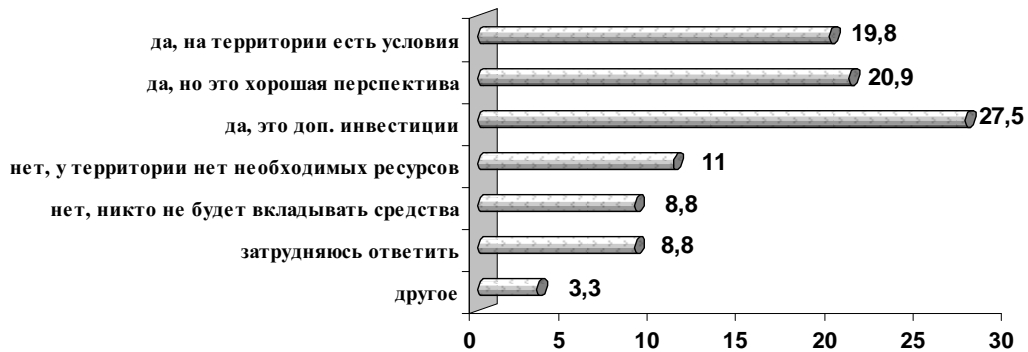


Диаграмма 2

На вопрос, считаете ли Вы, что туризм может стать одной из основных сфер развития экономики района, утвердительно ответили около 70 % респондентов. Из них 27,5 % считают, что туризм может привлечь дополнительные инвестиции, 20,9 % убеждены, что этот бизнес – хорошая перспектива развития в самом недалеком будущем, 19,8 % – полагают, что территория имеет необходимые условия для развития этой сферы. Среди респондентов, не разделяющих этих взглядов, 8,8 % считают, что никто не будет вкладывать средства в эту сферу, а 11 % – думает, что у территории нет необходимых ресурсов. И снова позитивная информация является доминирующей. Образ нового экономического стимула начинает приобретать конкретные очертания: территория имеет ресурсы и они должны работать на перспективу.

Результаты исследований свидетельствуют о достаточно благоприятном отношении местного населения к перспективам развития туризма на территории, в частности, к приезду иностранных туристов. Многие жители видят в этом надежду на улучшение условий жизни: проведут линии электропередач, отремонтируют дороги, появятся новые предприятия, новые рабочие места, территория получит дополнительные доходы, поднимется социальная сфера. Видимо, не случайно 41 % респондентов объявили о своем желании принять участие в развитии туристического бизнеса.

По результатам анкетирования, среди имеющих желание работать в сфере туризма 8,8 % респондентов готовы принимать туристов на своей жилплощади, 7,4 % – оказывать транспортные услуги (диаграмма 3).

Почти 30 % опрошенных жителей хотели бы получить профессиональные знания в области туризма, а около 10 % высказали сожаление, что не имеют соответствующих навыков и знаний, чтобы работать в этой сфере. Таким образом, результаты исследований показали, что местное население приграничных сельских территорий Карелии активно участвует в неформальном секторе услуг сельского туризма. Причем около 30 % респондентов готовы включиться в эту деятельность на формальном основании. Среди них присутствуют достаточно активные, которые могли бы при возможности открыть свое дело.

³ Морозова Т.В., Козырева Г.Б., Гурова С.А. и др. План развития природного туризма на территории Муезерского района. Результаты проекта TACIS CBC Small Project Facility «Экологический туризм на службе развития Муезерского района и усиления охраны природы» (TSPF/0302/0062) / Петрозаводск: 2004.

Какую помощь в развитии туризма Вы можете оказать (в % ответов)



Диаграмма 3

Анализ и систематизация перспективных для сельского предпринимательства рыночных ниш, связанных с возрастающим и неудовлетворенным в настоящее время спросом на услуги, позволили выделить две ниши. Одна из них, обусловленная внутренними потребностями самих сельских территорий, связана с катастрофическим состоянием социальной инфраструктуры сельских поселений. Другая интенсивно осваиваемая сейчас ниша обусловлена внешним спросом на рекреационные услуги со стороны горожан – жителей и гостей Карелии, в том числе зарубежных. Этот спрос связан с традиционной практикой семейного и индивидуального отдыха в деревне, на природе, с его безопасностью, финансовой доступностью широких слоев населения и т.д. Эти две рыночные ниши органично взаимосвязаны, и эта взаимосвязь имеет мультипликативный характер. С позиции предпринимательского интереса, реализация собственной инициативы в одной нише, неизбежно приводит к закладыванию реального базиса для своего развития в другой нише, и наоборот⁴.

Республика Карелия, в отличие от других российских регионов, имеет дополнительный импульс для освоения этих ниш через импорт уже сложившихся и успешно функционирующих в сопредельных странах ЕС моделей неаграрных видов сельского предпринимательства. Освоение этих моделей уже реализуется через международную проектную деятельность в сфере сельского туризма и других видов сельского предпринимательства. При этом важное значение придаётся обучающей компоненте, позволяющей апробировать эти модели в конкретной социальной среде.

В этом направлении сегодня можно привести пример нескольких международных проектов, распространивших свою деятельность в ряде районов республики: Калевальском, Лахденпохском, Пудожском, Муезерском, Медвежьегорском и Пряжинском. Особенно ценны опыт и методика успешно апробированной в Евросоюзе и Финляндии программы «Лидер», которая направлена на развитие сельских территорий. Как пример успешного действия программы, – одно из отдельно взятых поселений с населением около 3 тыс. человек. За шесть лет действия программы было зарегистрировано 27 новых предприятий, создано 76 рабочих мест⁵.

Посредством проектной деятельности осуществлены планы по созданию туристской деревни сямозерских карелов Кинерма, сохранившей до настоящего времени первозданную архитектурную уникальность. В последнее десятилетие в республике были реализованы еще два важных международных проекта: «Неаграрное развитие сельской местности в Республике Карелия» (Олонецкий, Пряжинский, Питкярантский районы), финансируемый Обществом сельского развития губернии Вестерботтен (Швеция) и проект «Развитие сельских территорий на юге Карелии» (Олонецкий район), финансируемый шведским отделением Фонда дикой природы. Нужно сказать, что активными участниками проектной деятельности являются сами сельские предприниматели. И именно в рамках проектов осуществляются инициативы придать процессу развития сельского туризма формальный характер и заложить прочную основу для развития данного сектора сельского предпринимательства. Одна из таких инициатив была реализована в проекте Европейского Союза «Развитие сельского туризма, основанного на рациональном использовании природных и культурных ресурсов»⁶.

Сельские предприниматели в рамках этого проекта и в продолжение его развития осуществили попытку институционализировать неформальную практику сельского туризма и дать толчок для ее широкого

⁴ Морозова Т. В., Кулакова Л. М. Современные особенности формирования и развития сельского предпринимательства // Народонаселение, - 2007. - № 1, - С. 96-106.

⁵ Электронный ресурс. Режим доступа http://www.gov.karelia.ru/gov/News/2010/10/1006_05.html

⁶ Морозова Т.В., Козырева Г.Б., Кулакова Л. М. Институциональные основы и социальные практики сельского предпринимательства. МОНФ. Москва - 2009. С. 123-130.

цивилизированного развития. Одним из главных результатов проекта стало создание 4-х туристских комплексов в 2-х районах Карелии – Медвежьегорском и Пудожском, где предприниматели получили гранты на реконструкцию и переоборудование деревенских усадеб с целью создания там условий для приема гостей.

Импульсом для возрождения и развития современного села, по мнению сельского предпринимателя Петра Поташева, старосты д. Пяльма, должны стать иные, не сельскохозяйственные виды деятельности. Одним из таких видов, имеющих благоприятные перспективы, является сельский или гостевой туризм. По его мнению, основным достоинством сельского туризма является то, что *«действительно хорошо, красиво в деревне отдыхать летом и зимой, приобщаться к корням»*. Социальной целью гостевого бизнеса Поташев П. обозначает предоставление возможностей для отдыха людям. *«Пусть люди приезжают, пусть люди пользуются дарами природы, пусть они набираются сил на зимние работы»*. Основная сложность на данный момент в организации предпринимательской деятельности: *«...требует вложения труда, и продумать как-то»*. Однако, не смотря на ещё слабую организованность и широкую известность, этот вид сельского бизнеса уже начал привлекать клиентов. *«Чувствуется, увеличился поток машин, не только поток машин, проезжих и туристов. Все интересуются, заезжают иногда на день, другой, многие спрашивают, можно ли здесь остановиться. Но это всё стихийно, а надо, чтобы было всё организованно»*.

Исследование реальных возможностей развития сельского туризма на территории Карелии позволило сделать следующие выводы. Сельский туризм - это не только проживание туриста в сельском доме, но и функционирование целой инфраструктуры сельского туризма, которая должна включать хорошие транспортные сообщения между населенными пунктами, места поведения досуга, наличие служб оказывающих различные услуги по предоставлению информации и обслуживанию, маленькие кафе и харчевни. При этом каждый гость сельской глубинки должен постоянно ощущать домашний комфорт и повышенное персональное внимание, чтобы возникло желание возвратиться в наш край снова и снова. Сельский туризм включает путешествия гостей в места с относительно нетронутой природой, с целью получить представление о природных и культурно-этнографических особенностях данной местности, не нарушая при этом целостности экосистем и принося экономическую выгоду местному населению.

УДК 338.48(470.12)

Орлова В.С.

ТУРИСТСКАЯ ДЕСТИНАЦИЯ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ ФОРМА РЕАЛИЗАЦИИ МЕЖМУНИЦИПАЛЬНОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

Полноценной реализации туристских ресурсов территорий в настоящее время препятствует целый ряд трудностей организационного, нормативно-правового, научно-технического, производственного и финансового характера. С целью устранения существующих проблем туристской сферы в регионе реализуется межмуниципальный инвестиционный проект на основе формирования туристской дестинации.

Orlova V.S. The Tourist Destination as an Effective Form of Realization of an Inter-municipal Investment Project

There are many difficulties of organizational, legal, scientific and technical, industrial and financial character obstructing complete realization of the tourist resources at territories. An inter-municipal investment project is realized based on the tourist destination's forming with the purpose to remove the existing problems of the tourist sphere in a region.

На современном этапе развития туризма полноценной реализации туристского потенциала территорий препятствует целый ряд трудностей организационного, нормативно-правового, научно-технического, производственного и финансового характера.

Туристский потенциал региона представляет собой совокупную способность материальных, трудовых, природных и других региональных ресурсов обеспечивать максимальное удовлетворение туристских потребностей. Движущей силой туризма являются расположенные на определенной территории объекты привлекательности для клиентов – аттракторы: уникальные природные образования, исторически значимые города, общенациональные и религиозные праздники, крупные зрелищные и спортивные мероприятия, национальные парки и т.п. Аттракторы оказывают прямое влияние на формирование инфраструктуры туризма, развивающейся в зависимости от предъявляемых туристами требований.

Рациональное использование регионом имеющихся туристских ресурсов позволяет получить экономических выгоды и доходы. Вместе с тем для привлечения туристов не достаточно только интересных объектов и событий, необходима туристская индустрия и инфраструктура, посредством которой обеспечивается соответствующий уровень обслуживания, безопасность и удовлетворение интересов и потребностей туристов. При условии максимального использования факторов привлекательности отдельно взятого региона возможно устойчивое функционирование туристских дестинаций и эффективное развитие рынка туризма.

В настоящее время въездной туристский поток в Вологодскую область составляет свыше 1 млн посетителей (рис. 1). При этом наблюдается ежегодное увеличение прибытий туристов. Так количество посещений региона в 2009 г. по сравнению с 2005 г. составило 130,1 %.

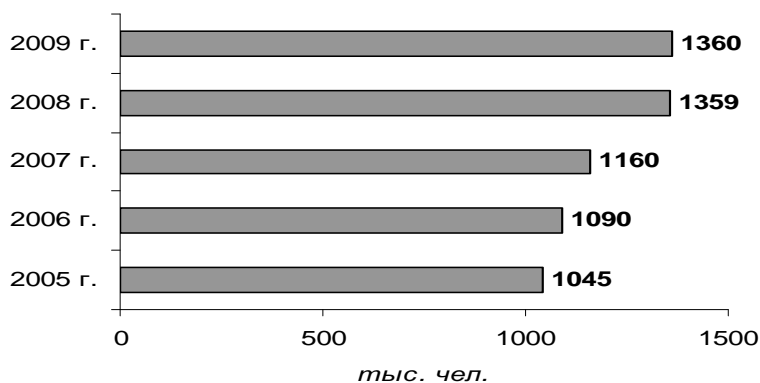


Рис. 1. Динамика въездного туристского потока в Вологодскую область

В силу неоднородности функционирования региональных туристских центров в качестве оценочных критериев для выявления предпосылок развития целесообразно использовать следующие составляющие туристского потенциала:

- 1) общий имидж района/города как туристского центра;
- 2) развитие туристской инфраструктуры;
- 3) транспортная доступность;
- 4) экологическая благоприятность;
- 5) экономический интерес;
- 6) комфорт и безопасность.

Общий имидж туристского центра формируется на основе показателей наличия объектов туристского интереса, разнообразия видового состава туризма, степени разработанности туристских проектов, их известности среди потенциальных туристов района/города и узнаваемости бренда.

Уровень развития туристской инфраструктуры определяется наличием на территории соответствующих современным стандартам коллективных средств размещения, пунктов общественного питания и т.п. Транспортная доступность туристского центра характеризуется степенью сформированности сети автомобильных дорог, воздушных и водных путей.

Экологическую благоприятность территории отражают такие индикаторы, как площадь лесного фонда, наличие предприятий, имеющих выбросы вредных веществ в атмосферу, объем выбросов вредных веществ в атмосферу, сброс загрязненных сточных вод в водные объекты, затраты на охрану окружающей среды и т.п.

Основным критерием, определяющим степень экономического интереса туристов в отношении конкретного туристского центра, выступает уровень социально-экономического развития территории, наиболее важными показателями которого являются: объем промышленной продукции и валовой продукции сельского хозяйства на душу населения, объем инвестиций в основной капитал, номинальная заработная плата, численность занятых в экономике, оборот розничной торговли, ввод в действие жилых домов.

Комфорт и безопасность туриста – категории, имеющие две составляющие: физическую и психологическую, так как включают такие характеристики как плотность населения, облагоустроенность территории, уровень преступности в туристском центре, а также ощущения туриста во время путешествия, определяющиеся степенью лояльности местных жителей к приезжим, формой предоставления информации (в том числе и на иностранных языках) о туробъектах, местах размещения и питания и т.п. Значимость критерия безопасности туристских услуг усиливается с учетом последних мировых тенденций.

На основании выделенных составляющих потенциала развития туризма была проведена экспертная оценка туристского потенциала муниципалитетов Вологодской области по 10-бальной шкале (1 – низкий, 5 – средний, 10 – высокий уровень) (табл. 1). В роли экспертов выступили региональные туроператоры, функционирующие на рынке туризма области более 10 лет.

Следует отметить, что города Вологда и Череповец необходимо рассматривать без сопоставления с районами области, при этом в целях объективности оценки и полноты анализа характеристики указанных городов как туристских центров имеют важное значение при анализе туристского потенциала региона. Наиболее высокие показатели (8-9 баллов) указанных городов прослеживаются по таким составляющим туристского потенциала, как экономический интерес туриста к городу, транспортная доступность, общий имидж туристского центра и степень развития туристской инфраструктуры. Вместе с тем самый низкий средний балл (4

балла – Вологда, 2 балла – Череповец) достаточно объективно отражает экологическую благоприятность городов. Уровень комфорта и безопасности туриста при посещении рассматриваемых субъектов, по мнению экспертов, ниже среднего.

Рассматривая результаты оценки районов области, можно отметить, что в наибольшей степени сформированным имиджем (8 баллов) туристского центра отличается только Великоустюгский район, формирующимся (7 баллов) – Кирилловский район. Белозерский, Вашкинский, Вологодский, Вытегорский, Никольский, Тарногский, Нюксенский, Тотемский, Грязовецкий, Череповецкий и Шекснинский районы характеризуются начальным этапом формирования туристского имиджа. Общий имидж остальных муниципальных образований как туристских центров в настоящее время не сформирован. При этом объекты туристского значения есть в каждом районе области.

Таблица 1

Оценка туристского потенциала муниципальных образований Вологодской области, средний балл

Субъекты	Общий имидж района/города как туристского центра	Развитие туристской инфраструктуры	Транспортная доступность	Экологическая благоприятность	Экономический интерес	Комфорт и безопасность	Интеграционная оценочная характеристика
г. Вологда	8	8	9	4	9	7	45
г. Череповец	8	8	9	2	9	7	43
Бабаевский	2	3	2	10	3	6	26
Бабушкинский	2	2	2	10	2	6	24
Белозерский	4	2	2	10	4	6	28
Вашкинский	4	2	2	10	3	6	27
Великоустюгский	8	5	4	10	7	6	40
Верховажский	2	2	2	10	2	6	24
Вожегодский	2	2	2	10	2	6	24
Вологодский	4	4	5	8	7	6	34
Вытегорский	4	3	2	9	5	6	29
Грязовецкий	3	3	2	9	5	6	28
Кадуйский	2	2	2	9	4	6	25
Кирилловский	7	4	2	10	4	6	33
Кичм.-Городецкий	2	2	2	10	4	6	26
Междуреченский	2	2	2	10	2	6	24
Никольский	4	2	2	10	3	6	27
Нюксенский	4	2	2	10	3	6	27
Сокольский	2	2	2	6	6	6	24
Сямженский	2	2	2	10	2	6	24
Тарногский	4	2	2	10	3	6	27
Тотемский	4	2	2	9	4	6	27
Усть-Кубинский	4	2	2	10	3	6	27
Устюженский	4	2	2	10	4	6	28
Харовский	2	2	2	10	4	6	26
Чагодощенский	2	2	2	10	4	6	26
Череповецкий	4	4	5	8	7	6	34
Шекснинский	4	3	4	8	7	6	32

Развитие туристской инфраструктуры в большинстве муниципалитетов находится на уровне ниже среднего и низком (2-4 балла), что доказывает отсутствие в районах коллективных средств размещения и объектов общественного питания, необходимых для качественного обслуживания туристов. В Великоустюгском районе средний балл (5 баллов) в оценке рассматриваемого показателя вызван начавшимся расширением сети гостиниц и ресторанов в связи с реализацией проекта «Великий Устюг – родина Деда Мороза». Значительная часть муниципальных образований области имеет ограниченную транспортную доступность, что отмечается экспертной оценкой. Вологодский, Череповецкий и Шекснинский районы характеризуются средним уровнем развития транспортных путей.

Степень экологической благоприятности муниципалитетов оценивается в основном как высокая, за исключением Сокольского района.

Результаты оценки экономического интереса туриста к представленным территориям показывают, что наибольший интерес в экономическом отношении вызывают муниципальные образования, характеризующиеся социально-экономическим развитием выше среднего уровня: Вологодский, Череповецкий, Великоустюгский, Шекснинский районы. Вместе с тем оценки в 4 и 5 баллов получили муниципалитеты, уровень социально-экономического развития которых выше среднего и средний: Грязовецкий, Вытегорский, Кадуй-

ский, Тотемский, Кирилловский, Белозерский, Кичменгско-Городецкий, Устюженский, Харовский, Чагодощенский районы.

Средний балл уровня комфорта и безопасности туриста во всех муниципалитетах составляет 6 баллов. Следует отметить, что в регионе нет районов, отмеченных высокой степенью криминогенной обстановки. При этом муниципальные образования тождественны по условиям, создающим психологический комфорт туриста. Кроме того, все районы, по мнению экспертов, имеют проблемы с облагороженностью территории, являющейся важным компонентом обеспечения безопасности туристских посещений.

В зависимости от выявленных интеграционных оценочных характеристик муниципальные образования распределяются по уровню туристского потенциала: 1 – высокий, 2 – выше среднего, 3 – средний, 4 – низкий (рис. 2).

Таким образом, основываясь на результатах проведенной оценки туристского потенциала муниципальных образований Вологодской области, с учетом географического расположения районов можно выделить территории, составляющие в настоящее время ядро регионального туризма и имеющие разработанные туристские проекты и бренды: Вологодский (включая Грязовецкий муниципальный район), Череповецкий (включая Шекснинский муниципальный район), Кирилло-Белозерский (включая Вашкинский муниципальный район), Великоустюгский, Вытегорский, Тотемский, Устюженский, Усть-Кубинский, Нюксенский, Тарногский, Никольский туристско-рекреационные районы (рис. 2).

Композиционным стержнем, объединяющим все туристско-рекреационные районы, является наличие в каждом из них уникальной северной природы, обширных охотничьих угодий, многочисленных мест рыбной ловли - условий, благоприятных для развития экологического, деревенского, усадебного, водного, приключенческого туризма. При этом уникальность и богатство историко-культурного и архитектурного наследия региона являются предпосылками развития культурно-познавательного, религиозно-событийного видов туризма.



Рис. 2. Распределение муниципальных районов Вологодской области по уровню туристского потенциала

Обладая широким спектром аттракторов, выделенные туристско-рекреационные районы нуждаются в расширении туристской инфраструктуры и повышении качества туристских услуг. Для достижения этой цели в сфере туризма региона реализуется ряд инвестиционных проектов.

В настоящее время на территории Кирилловского, Белозерского и Вашкинского муниципальных районов, образующих дестинацию «Белоозеро», разрабатывается межмуниципальный инвестиционный проект.

Основой процесса принятия решения инвестиционного характера являются оценка и сравнение предполагаемых инвестиций и будущих денежных поступлений. Так, динамику объемов потребительских расходов, вызванных изменением объемов капиталовложений, можно определить посредством коэффициента акселерации, который отражает взаимозависимость изменения потребительских расходов и объемов инвестиций, при этом значительный рост потребительских расходов стимулирует инвестиционную активность, и наоборот.

По результатам определения акселератора для гостиниц и ресторанов районов в составе дестинации «Белоозеро» были выявлены следующие значения (табл. 2):

- 1) Вашкинский район ($A=0,03$);

- 2) Белозерский район ($A=0,05$);
- 3) Кирилловский район ($A=0,23$).

Наименьшим значением акселератора, подтверждающим высокую степень эффективности вложенных средств в рассматриваемые объекты туристской инфраструктуры, характеризуется Вашкинский район, наибольшим – Кирилловский район.

Расчитанный для дестинации «Белоозеро» в целом коэффициент акселерации равен 0,11. Полученное значение акселератора означает, что территория дестинации характеризуется благоприятным инвестиционным климатом.

Таблица 2

Расчет коэффициента акселератора для гостиниц и ресторанов Вологодской области и дестинации «Белоозеро»

Субъекты	Инвестиции в основной капитал в развитие гостиниц и ресторанов в 2007 г., тыс. руб.	Прирост/сокращение дохода гостиниц и ресторанов от обслуживания туристов 2008 г. к 2007 г., тыс. руб.	Акселератор
Дестинация «Белоозеро», в том числе:	1589	14099,5	0,11
Белозерский район	130	2804,7	0,05
Вашкинский район	143	5591,5	0,03
Кирилловский район	1316	5703,3	0,23

Для выявления эффективности инвестирования дестинации необходимо рассмотреть сценарий развития инвестиционного проекта.

Предположим, что объем инвестиций в основной капитал в развитие гостиниц и ресторанов муниципальных образований в составе дестинации будет увеличиваться ежегодно в 1,25 раза. При ежегодном увеличении в 1,25 раза инвестируемых средств в основной капитал гостиниц и ресторанов дестинации и сохранении прочих равных условий (нормативно-правовой, налоговой базы и др.) потенциальный прирост дохода от обслуживания туристов в объектах туристской инфраструктуры дестинации к 2014 г. возрастет до 44,1 млн руб. (в 3 раза больше, чем в 2008 г.) (рис. 3). При этом доля капиталовложений будет занимать 11 % прироста дохода предприятий гостиничного типа и общественного питания.



Рис. 3. Прогноз прироста дохода гостиниц и ресторанов дестинации «Белоозеро» в соотношении с объемом капиталовложений

Таким образом, проведенные в исследовании расчеты доказывают, что объединение районов для образования дестинации и размещения сети объектов туристской инфраструктуры, соответствующих современным стандартам, позволит значительно увеличить доход от обслуживания туристов. Следует полагать, что формирование туристской дестинации «Белоозеро» может стать эффективной формой реализации межмуниципального инвестиционного проекта.

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД И КООПЕРАЦИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ Д. ПЯЛЬМА)

В статье раскрывается роль общественного самоуправления в развитии территории и практика возрождения деревни на основе историко-культурной самоидентификации через формирование локальной дестинации.

Potashev P.A. The Complex Approach and Cooperation in Organization of the Rural Tourism (On the Example of the Pyalma Village)

The role of social organizations in development of a territory and practice of revival of a village based on the historical-cultural self-identification through forming of a local destination is analyzed in the article.

В организации туризма на селе довольно много проблем, мешающих этому процессу. Почти полностью отсутствует инфраструктура (дороги, связь, медицина, транспорт, культурные учреждения, благоустройства мест проживания, питания и т.д.). Невозможно повышать качество туристских услуг без комплексного подхода к решению всех этих вопросов. В одиночку это сделать очень сложно. Хотя пример д. Пяльма показывает, что и в этой ситуации можно многого достичь, если относиться к своей малой Родине с любовью и вниманием, вовлекая других жителей этой территории в процесс.

За сравнительно короткий промежуток времени (1990-2002 гг.) удалось не только спасти и сохранить деревню, но и создать условия для ее развития. А с 2002 г., с созданием Территориально-общественного самоуправления (Общины Пяльма) позволило сделать процесс развития деревни практически необратимым.

Вовлекая других жителей деревни и территории, удалось сохранить самобытность, уклад жизни и исторический облик деревни. За 12-ти летний промежуток времени удалось заинтересовать жителей и вовлечь их в развитие территории – почти покинувшие деревню люди начали возвращаться. Произошел перелом в отношении к территории. Те, кто не верил в будущее д. Пяльмы, сами приняли активное участие в ее возрождении и развитии. Жители деревни стали приезжать каждый год и не только в летний период.

Начался процесс ремонта домов, благоустройства территории деревни (восстановление иконостаса часовни, уборка и благоустройство погоста), на общественные средства и силами жителей д. Пяльмы полностью заменен настил моста через реку, которая связывает две основные части деревни.

Ежегодно проходит престольный праздник «Ильин День». В организации праздника принимают активное участие все жители деревни, а также творческие коллективы из других мест (ансамбль «Лопаток», Пялемский хор, и др.). С каждым разом количество участников праздника растет.

Все это помогает развитию сельского туризма и возрождению территории. Туризм в свою очередь способствует развитию этих процессов, так как самобытность деревни позволяет развивать туризм, так же как туризм повышает возможности территории.

Одновременно с созданием Общины происходила кооперация с различными учреждениями и заинтересованными лицами извне. Активное участие принимали и принимают школы Пудожского муниципального района, Петрозаводский госуниверситет, Карельская государственная педагогическая академия, Институты Карельского научного центра РАН (Институт экономики, Институт водных проблем севера, Институт языка, литературы и истории), Водлозерский национальный парк, Министерства и ведомства Республики Карелия (Государственный центр по охране памятников, Минкультуры РК и др.). Отрадно и то, что отношения властных структур от запретительства и бюрократии переходит в плоскость понимания, заботы и сотрудничества. Пяльма являет собой пример инициативы снизу при последующей поддержке со стороны власти. Таким образом, происходит эффективное использование административного и финансового ресурса.

Сотрудничество происходит и с различными общественными объединениями (КРОО «Усадьба», МРОО «Онежский берег»).

Кооперация между другими субъектами, вовлеченными в процесс туризма на территории, может позволить увеличить количество и качество предоставляемых услуг.

При развитии территории ни в коем случае нельзя забывать о сохранении традиций, историко-культурных и природных богатств как естественного объекта привлечения туристов. В этой связи очень важна регулировка туристских потоков на любую территорию.

ОРГАНИЗАЦИЯ КРУГЛОГОДИЧНОГО И АКТИВНОГО ТУРИЗМА В СЕВЕРНОМ ПРИЛАДОЖЬЕ

Северное Приладожье представляет собой уникальный регион для туризма. Однако развитию массового туризма мешают неразвитая инфраструктура (плохие дороги и др.), сезонность туризма (в основном – лето) и отсутствие условий для активного отдыха. Для организации массового и доходного туризма в регионе предложены меры по созданию современной инфраструктуры, круглогодичного туризма (строительство горнолыжных баз и др.) и по развитию активного туризма (воднолыжные буксиры и др.).

Royzenman F.M. Organization of the All-The-Year-Round Active Tourism in the Northern Ladoga

The Northern Ladoga is a unique region for the tourism. However, the undeveloped infrastructure (bad roads), the seasonality of the tourism (mainly, in summer), and absence of conditions for the active recreation are the negative factors for development of the mass tourism. The measures for organization of the modern infrastructure, the all-the-year-round tourism (building the mountain-ski centers) and the active tourism's development (the water-ski tugboats) have been suggested.

По своим природным условиям Северное Приладожье представляет собой уникальный район для развития туризма. Неповторимые Ладожские шхеры, живописные скальные хребты и холмы с хвойными лесами, живописные озера – все это создает неповторимый очаровательный ландшафт, привлекательный для массового туризма. История Северного Приладожья показывает, что в предвоенные годы, когда эта территория входила в состав Финляндии, после строительства железной дороги в Элисенваару, этот регион стал одним из самых привлекательных для туризма в Европе. Так, в туристических справочниках конца 30-х годов Северное Приладожье указывалось вторым по привлекательности для туризма районом в Европе (после Швейцарских Альп).

Привлекательность туризма в районе Северного Приладожья во многом увеличивается сравнительной близостью к такому крупному мегаполису как Санкт-Петербург.

Однако в настоящее время туризм в регионе развит весьма слабо. Сервис туризма ограничивается, главным образом, обеспечением туристов гостиницами, кафе, а также – поездками на наиболее известные достопримечательности – Кижы и Валаам. В результате массовость туризма, создание рабочих мест и доход от него остаются на низком уровне.

1. Современные условия, препятствующие развитию массового туризма в Северном Приладожье

Основными препятствиями для развития массового и доходного туризма в Северном Приладожье являются: 1) плохая инфраструктура, 2) сезонность туризма, 3) отсутствие условий для активного туризма.

1. *Плохая инфраструктура* (плохие дороги, недостаточное обеспечение электроэнергией, отсутствие водоснабжения и канализации, отсутствие велосипедных дорог и оборудованных пешеходных троп и др.) – все это создает большие препятствия для развития массового туризма. Потенциальные частные инвесторы считают слишком затратным для себя создание инфраструктуры. Мировой опыт показывает, что *в странах, где сейчас развит массовый высокодоходный туризм (Германия, Австрия, Франция и др.), необходимая инфраструктура была создана государством*. После этого частные инвесторы обеспечивали все остальное для развития массового и доходного туризма.

2. *Сезонность туризма* заключается в том, что сейчас он осуществляется преимущественно в летнее время. Это приводит к тому, что доходность от туризма обеспечивается всего в течение 3-4-х месяцев. Остальное время туризм экономически нерентабелен.

3. *Отсутствие условий для активного туризма* определяется тем, что живущие в гостиницах туристы в свободное время предоставлены сами себе. Их досуг никем не обеспечивается. Такое положение особенно сказывается на привлекательности туризма для активной части туристов – в первую очередь для молодежи (такой туризм им просто скучен).

2. Перспективные направления развития туризма в Северном Приладожье

Для развития массового и высокодоходного туризма необходимо в первую очередь решить указанные выше проблемы.

2.1. Организация современной инфраструктуры района

Как указывалось выше, в странах развитого туризма основные работы по развитию инфраструктуры выполняются государством. К сожалению, следует отметить, что за последние 20-30 лет, из-за отсутствия государственных инвестиций, инфраструктура в Северном Приладожье не улучшалась, а местами серьезно ухудшилась. Основная часть автомобильных дорог в регионе имеет песчано-гравийное покрытие очень низкого качества. В некоторых городах (например, в г. Лахденпохья), дорожное покрытие также находится в очень низкокачественном состоянии. В связи с тем, что железнодорожная линия (западная ветка Октябрьской железной дороги) представлена однопутевым полотном, интенсивность движения от г. Санкт-Петербурга весьма незначительная. Строительству второго пути на железной дороге мешает (по заявлению железнодорожников) слишком малый объем грузовых пе-

ревозок по западной ветке Октябрьской железной дороги, что делает строительство второго железнодорожного полотна нерентабельным.

Кардинальному увеличению грузовых перевозок и связанному с этим строительству двухпутевой железнодорожной линии с организацией электропоездного сообщения из Санкт-Петербурга может способствовать развитие в регионе горной промышленности. Для этого имеются весьма перспективные возможности. Так в Сортавальском и Питкярантском районе имеются предприятия по выпуску высококачественного щебня. Большие перспективы по добыче и производству высококачественного щебня, по данным автора, имеются и в Лахденпохском районе, где выявлены и оценены 7 перспективных участков по добыче гранитного щебня (Ройзенман, Шестакова, 2002). Кроме того в Лахденпохском районе работают организованные автором карьеры по добыче облицовочного (блочного) камня. В дополнение к этому автором открыты и оценены еще 10 участков с разнообразными декоративными разновидностями облицовочного камня. На открытом автором месторождении редкого полевошпатового сырья Райвимики-3 (Ройзенман, 1995) может быть организована промышленная добыча.

Заработанные на горнопромышленном производстве деньги могут послужить основой для инвестиций в создание полной и современной инфраструктуры Северного Приладожья.

При условии организации добычи и производства строительного камня могут быть решены важные проблемы.

2.2. Строительство и улучшение автомобильных дорог

Наличие в регионе значительных объемов произведенного высококачественного щебня позволит достаточно экономично организовать строительство современных асфальтовых дорог по всему району. При этом следует учесть существующий и утвержденный проект строительства федеральной скоростной автостреды Санкт-Петербург – Петрозаводск (с ответвлением на таможенный пункт Сювяоро в Лахденпохском районе). Эта автострада на протяжении более 200 км пройдет через Северное Приладожье. Это будет способствовать притоку туристов и из-за рубежа (из Финляндии и других стран).

При строительстве этой автостреды могут быть использованы строительные материалы, произведенные в Северном Приладожье: 1) высокопрочный щебень, 2) гранитный бордюрный камень, произведенный из отходов блочного производства.

2.3. Развитие железнодорожного транспорта

Резкое увеличение производства щебня в Лахденпохском районе приведет к существенному увеличению грузовых железнодорожных перевозок по западной ветке Октябрьской железной дороги. Это сделает рентабельной давно планируемую реконструкцию этой части железной дороги со строительством второго пути и переходом на регулярные электропоезда.

2.4. Улучшение электроснабжения в Лахденпохском районе

С использованием заработанных в горной промышленности денег станет возможным строительство новых ЛЭП, трансформаторных подстанций для электроснабжения жилых, производственных и туристических объектов, а также – для движения электропоездов.

3. Организация круглогодичного активного туризма

3.1. Горнолыжный туризм

Одним из основных условий для рентабельного туризма является его **круглогодичность**. То есть должны развиваться как летние, так и зимние виды туризма.

В качестве приоритетного направления зимнего туризма должен быть принят горнолыжный туризм. Этот вид туризма является высокодоходным. Так годовой доход США от горнолыжного туризма составляет 27 млрд долл., во Франции – 17 миллиардов долларов, в Австрии – 16 млрд долл.

Как показывает опыт, для высокой эффективности горнолыжного туризма не обязательно наличие высоких гор и длинных (многокилометровых) трасс. Как оказалось, массовый горнолыжный туризм может развиваться и на склонах длиной менее километра.

Об этом свидетельствует 35-ти летний опыт автора по организации горнолыжных баз спорта и туризма (я кандидат в мастера по горнолыжному спорту, спортивный тренер, имею квалификацию «национальный инструктор России по горным лыжам», работал инструктором на Кавказе, организатор 4-х горнолыжных баз – в Москве, Московской области, в Хибинских горах (Мурманская область) и в Гудаури (Грузия). Об этом свидетельствует и опыт развития массового горнолыжного туризма в Москве и Московской области за последние 7 лет. Здесь возникли современные горнолыжные центры: «Волен», «Сарочаны», «Нагорная» и др. Горнолыжные склоны в этих центрах имеют длину 300 – 700 м, то есть сопоставимы с возможными горнолыжными трассами в Северном Приладожье. Но на Московских и Подмосковных горнолыжных центрах созданы самые современные комплексы. В них входят: а) многочисленные трассы, оборудованные буксировочными и кресельными горнолыжными подъемниками; б) специальные горнолыжные бульдозеры (ратраки), которые поддерживают высокое качество трасс; в) освещение трасс (для катания в темное время); г) гостиницы, д) пункты питания туристов; е) пункты проката и ремонта горнолыжного инвентаря; ж) инструкторское обслуживание горнолыжных туристов; з) спортивные трассы с электронными секундомерами для тренировок и

открытых соревнований для желающих; и) снежные «пушки» с подведенными к ним водопроводами – для подсыпки снега в случае необходимости.

Как показал опыт Москвы и Подмосковья, даже при склонах длиной 300-700 м можно организовать массовый и очень доходный туризм, в котором заняты тысячи работников.

Но для создания благоприятных условий для инвесторов горнолыжного туризма, сначала на государственные средства была создана вся необходимая инфраструктура. После этого частные и государственные инвесторы вложили десятки миллионов долларов в строительство горнолыжных трасс и подъемников, гостиниц и др.

Как указано выше, в Северном Приладожье имеются благоприятные возможности для развития массового горнолыжного туризма. Например, в Лахденпохском районе в 90-х годах под моим руководством были построены 2 горнолыжных подъемника длиной 300-350 м в г. Лахденпохья и вблизи пос. Куркиеки.

В настоящее время мною разработаны проекты горнолыжных комплексов в различных местах Лахденпохского и Сортавальского районов. Всего запроектировано 10 горнолыжных трасс и подъемников длиной 350-800 м. Все они находятся на берегах Ладожского озера, где возможен и массовый летний туризм. При использовании снежных «пушек» горнолыжный сезон на этих комплексах может быть увеличен до 5-6-ти месяцев, то есть туристическая деятельность сможет функционировать целый год, что существенно увеличивает доходность от туризма, а также – создаст большое количество рабочих мест. Следует отметить, что при правильной организации массового туризма может быть создано большое количество рабочих мест. Так, например, во Франции в туристической отрасли трудятся 7 млн чел.

3.2. Активный летний туризм

В Северном Приладожье имеются благоприятные условия для организации активного летнего туризма: пеших и конных походов и др.

Особые возможности имеются для туризма, связанного с Ладожским озером и его шхерами: виндсерфинг, водные лыжи и др.

Особо следует отметить такой новый для России вид водного туризма, как *воднолыжные буксиры*. Это установленные на мелководье столбы с роликами, по которым от электрического привода движется круговой трос (длина – сотни метров и километры). К тросу прикреплены ремни (веревки) с деревянными рукоятками. При движении по кругу такие буксиры могут перемещать десятки воднолыжников. Такой воднолыжный комплекс раньше работал в Москве, в районе Крылатского. Но в настоящее время в России таких воднолыжных буксиров нет. Такие буксиры существуют и работают в Европе. Производят их, в частности, в Германии. Без сомнения, такие воднолыжные буксиры привлекут внимание многочисленной активной части туристов (особенно молодежь). Мною разработаны проекты таких воднолыжных буксиров в нескольких заливах Ладожского озера. Рядом находятся холмы, перспективные для строительства горнолыжных комплексов. Это даст возможность организовать в этих местах *круглогодичный активный туризм*.

4. Профессиональное обучение и переподготовка кадров

Одним из эффективных пунктов для подготовки квалифицированных кадров для туристической деятельности является Профессионально-техническое училище Лахденпохского района (ПТУ-9). До 1990 г. оно готовило профессиональные кадры для сельского хозяйства (подготовка трактористов, комбайнеров и др.). В связи с ликвидацией в районе совхозов и колхозов подготовка специалистов сельского хозяйства стала неактуальной и была прекращена.

В связи с началом работы первого в районе горнопромышленного предприятия – ЗАО «Терваярви», возникла насущная проблема в подготовке горных рабочих (эта проблема, как было отмечено на совещании горнопромышленников Карелии, весьма актуальна и для всей Карелии). По инициативе автора при активной помощи директора ПТУ-9 А.Ж. Жумамбекова в этом училище было создано первое в Карелии Горное отделение. Некоторую техническую помощь в этом оказало руководимое автором горное предприятие ЗАО «Терваярви». В частности, автором была доставлена в училище необходимая педагогическая литература.

В соответствии с направлениями дальнейшего развития Северного Приладожья потребуются профессионально подготовленные работники в области туризма. В связи с этим, будет необходимо вводить в училище новые предметы обучения в соответствии с новыми программами. Как сообщил автору директор ПТУ-9, в училище может быть организована подготовка кадров для туризма и профессиональная переподготовка кадров для работы в туристическом комплексе.

При осуществлении деятельности ПТУ-9 важную помощь должны будут оказать предприятия региона путем выделения необходимой техники, приобретения технической и педагогической литературы, выделением рабочих мест для прохождения учащимися производственной практики и др.

5. Спортивная работа

В Северном Приладожье развиты некоторые направления спортивной работы: футбол, лыжные гонки, легкая атлетика и др. При условии организации в регионе современных горнолыжных баз здесь появятся условия для развития нового для региона (и для Карелии в целом) – горнолыжного спорта. В первую очередь должна быть организована детская горнолыжная школа для обучения детей современной горнолыжной технике и спортивной технике. Также необходимо организовать обучение спуску на сноуборде.

В Северном Приладожье могут быть организованы соревнования по горнолыжному спорту (специальному слалому и гигантскому слалому). При этом Северное Приладожье может стать организатором первых в Карелии соревнований по горнолыжному спорту, и в дальнейшем проводить первенство Карелии по этому виду спорта. Не исключено, что интерес к этим соревнованиям проявят горнолыжники г. Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Все это, безусловно, будет способствовать массовому привлечению в регион горнолыжных туристов и спортсменов.

В организации спортивных школ, в оснащении горнолыжных баз, в обучении современной горнолыжной технике, в проведении соревнований по горнолыжному спорту автор мог бы оказать профессиональную помощь, так как является кандидатом в мастера спорта, был призером открытых первенств Москвы и Московской области, чемпионом первенства Приэльбрусья и Кубка Домбая на Кавказе, работал 35 лет спортивным тренером, горнолыжным инструктором на Кавказе, организатором многочисленных соревнований в Москве, Московской области и на Кавказе.

Выводы

На основании вышеизложенного можно сделать выводы о развитии туризма в Северном Приладожье. Это развитие рационально организовать в следующей последовательности:

1. Развитие горной промышленности, в первую очередь – строительных материалов (облицовочного (блочного) камня и высокопрочного щебня).

2. На основе отчислений от налоговых поступлений горнопромышленного производства создание фонда развития региона.

3. Фонд развития региона направить на создание современной качественной инфраструктуры: строительство высококачественных (преимущественно – асфальтовых) дорог, строительство ЛЭП к промышленным и туристическим объектам (в том числе – к туристическим комплексам на берегах Ладожского озера), строительство водопроводов и очистных сооружений, а также – на завершение строительства таможенно-пропускного пункта Сювяоро.

4. На основе сформированной современной инфраструктуры – организация круглогодичного эффективного туризма, в том числе – для активного отдыха (летом – воднолыжные буксиры и др., зимой – горные лыжи, сноуборды и др.).

5. На базе построенных горнолыжных комплексов организовать спортивную работу с обучением горнолыжному спорту и с проведением горнолыжных соревнований региона и Карелии.

6. Полученные от туризма финансовые поступления направить на увеличение зарплаты бюджетникам, на доплаты к пенсиям (как в Москве) и на решение социальных, хозяйственных, культурно-просветительных, спортивных и других важных задач развития Северного Приладожья.

УДК 338.48-44(1-22)

Сачук Т.В.

ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДОВ ТЕРРИТОРИИ КАК ЭЛЕМЕНТ ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ СЕЛЬСКИХ ПОСЕЛЕНИЙ¹

Формирование брендов способствует повышению известности и привлекательности территории. Для сельских поселений важно особое внимание уделить поиску своих исключительных характеристик, объектов, ресурсов как в области материальных, так и социальных ресурсов. На основе этих уникальных объектов и ресурсов могут развиваться разные виды занятости населения, в том числе в сфере туризма и сопутствующих отраслей.

Sachuk T.V. Forming of Brands at a Territory as an Element of the Image Policy for Rural Settlements

Forming of brands contributes to increase of publicity and appeal of a territory. It is important to pay especial attention to search of own exclusive characteristics, sites, resources as in the sphere of material resources as in the sphere of social ones for rural settlements. Various types of employment for population including the tourism sphere and spheres connected to tourism can develop based on these unique sites and resources. Realization of the competent information policy, popularization of brands at a territory allows settlements to become more attractive place for visiting that contributes to socio-economic development of a territory as well.

Одним из основных поводов посещения территории является уникальность места, объектов, ресурсов этой территории, особенности национальной культуры и другие отличительные черты, которые делают территорию узнаваемой, уникальной, интересной. Наличие таких отличий (дифференциаторов) и может стать основой выделения муниципалитета из ряда себе подобных, а значит, являться фундаментом для формирования конкурентного преимущества муниципального образования. Такого рода отличия (дифференциаторы) должны быть положены в основу образа территории, способствовать ее узнаванию и повышению интереса к

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ «Возрождение сел: имидж и стратегия развития сельских поселений (на примере Кондопожского района)», проект № 09-02-42201а/С

этой территории. Следует определять основные критерии сравнения территории с точки зрения потребителей, эти критерии должны быть качественными и количественными. Необходимо выделять такие отличительные черты, характеристики, свойства территории, на которые потребители реагируют благоприятно. Причем для сельских и в меньшей степени городских поселений оправдано, в первую очередь, искать отличия (дифференциаторы) среди природных, рекреационных, исторических, архитектурных, культурных, этнографических ресурсов и объектов, расположенных на территории, а также обращать внимание на уникальность социальных ресурсов территории. Именно поэтому в тех муниципальных образованиях, где удастся выделить отличия (дифференциаторы) территории создаются хорошие предпосылки для развития туризма и сопутствующих ему отраслей и видов занятости местного населения. Важно подчеркнуть, что для многих сельских поселений Карелии развитие туризма является одним из основных направлений деятельности. А специфика сферы туризма (сельского, этнографического, событийного и т.д.) позволяет решать комплекс вопросов социально-экономического развития сельских поселений и отдельных населенных пунктов даже с небольшим количеством постоянного населения и не очень развитой производственной и материальной базой.

На основе отличительных объективно существующих характеристик территории, а также сложившегося общественного мнения по поводу территории в целом может быть построено позиционирование территории. Позиционирование – это комплекс усилий по формированию и поддержанию определенных ассоциативных сетей, которые в дальнейшем будут помогать потребителям быстро узнавать и осуществлять выбор территории как места проживания и/или посещения. Ассоциации, связанные с имиджем территории, несут в себе отличительные свойства и качества, выгоды для потребителя, а также формируют отношение потребителя к территории.

Одной из основных единиц информации о территории являются бренды территории. Бренд территории – это символическое представление в сознании клиентов всей информации, связанной с территорией, и совокупность позитивных ожиданий, сформировавшихся в сознании потребителя о данной территории. Важно подчеркнуть, что бренды могут создаваться и потому брендом надо управлять

Бренды территории могут складываться на основе:

1. Официальных символов территории (герб, флаг, гимн).
2. Товаров и/или услуг местных производителей, которые имеют зарегистрированные товарные знаки (узнаваемые, уникальные, производятся только на этой территории и/или имеют особые характеристики сырья, технологического процесса).
3. Неофициальных символов территории, таких как: легко узнаваемые архитектурные, рекреационные, археологические, промышленные объекты (памятники); уникальные природные ресурсы; продукты питания и блюда национальной кухни; национальные костюмы и их элементы; животные, птицы, растения; народные, спортивные, культурные праздники; фразеологизмы; предметы быта или товары народного потребления; сувениры и подарки с официальной и неофициальной символикой; известные люди (группы людей) прошлого и настоящего.

С учётом всего вышесказанного при формировании брендов территории следует грамотно позиционировать территорию среди многих других территорий и выстраивать определенную информационную политику. Информационная политика территории должна строиться с учётом соблюдения ряда принципов.

1. Необходимо более подробно и более внимательно проводить анализ основных природно-географических ресурсов муниципального образования и выявлять не только факт наличия какого-либо ресурса или его компонента, но и давать относительную сравнительную оценку этого природного ресурса.

При проведении этой работы важно понять, что мы сами выбираем всякий раз базу для сравнения, и потому можно всегда найти такие ресурсы территории или их характеристики, которые фактически могут быть признаны как отличия (дифференциаторы) конкретно данного муниципального образования. Всякий раз мы можем менять критерии, по которым проводим сравнение, так, например, можно обратить внимание на такие параметры, как:

– географический масштаб, в котором мы увидим сравнение, и тогда конкретный объект, ресурс муниципального образования может оказаться самым лучшим в масштабе района, субъекта РФ, части страны, части континента, континента в целом или в мире. Так месторождение в Шёлтозеро – это единственное в мире карьер малинового кварцита;

– размер объекта или объем ресурса, добавляя при этом уточнение места объекта. Национальный парк «Водлозерский» – самый большой в Европе, петроглифы – самое большое в России скопление рисунков, выбитых на скалах, гора Нуорунен – самая высокая вершина Карелии;

– период появления объекта или момент времени, когда информация о нём была зафиксирована. Например, п. Чула – это место самых старых в России (XVI в.) разработок слюды – мусковита, месторождение Рускеала – самые старые в России мраморные ломки (XVIII в.), а на территории Калевальского района впервые (XIX в.) записаны руны национального эпоса «Калевала»;

– географическое местоположение объекта или ресурса, например, самое южное в Европе языческое святилище саамов и ряд других критериев, по которым можно проводить сравнение.

Такой подход позволяет выявить определённую уникальность объекта и на ее основе строить дальнейшее сохранение и использование объекта во благо социально-экономического развития муниципалитета. Следует отметить, что подобного рода вовлечение объекта в «хозяйственный оборот» быстрее всего понимают предприниматели, бизнес которых прямо или косвенно связан с туризмом. Обустройство природного объекта, например, такого как месторождение мрамора Рускеала, который фактически являлся объектом культурного наследия, позволило создать новый успешно развивающийся туристический бизнес и стимулировать развитие ряда сопутствующих компаний, что имеет значение для социально-экономического развития муниципального образования. Необходимо шире пропагандировать успешный опыт вовлечения уникальных природных объектов и убедить муниципальных служащих других муниципалитетов проявлять инициативу в выявлении и пропаганде уникальных объектов и ресурсов своих территорий для повышения инвестиционной привлекательности, роста деловой активности, в том числе развития туризма.

2. Важно особое внимание уделить анализу социальных ресурсов территории, а именно: особенностям национальной культуры и традиций (национальная кухня, праздники, обычаи и т.д.), специфике расселения и образа жизни коренных народов (женская и мужская занятость, местные ремесла и промыслы и т.д.).

Необходимо больше внимания уделить таким дифференциаторам муниципального образования, как:

- местные промыслы и ремесла, которые развивались на основе уникального природного материала (природного сырья) или особенностей национальной культуры, например, в Карелии таким уникальными промыслами является Заонежская вышивка, производство женских украшений из речного жемчуга, производство лодок «кижанок»;

- особенности образа жизни коренных народов (охота, рыболовство, собирательство, обработка земли и т.д.), в том числе особенности заготовки и переработки мяса, рыбы, даров леса, что находит отражение в особом (уникальном) вкусе продукта или в блюдах национальной кухни;

- национальные, этнические, религиозные местные (приходские) праздники и традиционные события. Интересным примером успешного использования национальных традиций, восстановления национальной культуры может служить проведение в п. Лоухи большого народного праздника «Лоухи – хозяйка Севера». С одной стороны, это пропаганда народного эпоса «Калевала», а с другой стороны, это возможность показать быт, обычаи, промыслы, ремесла, блюда национальной кухни карелов.

3. При проведении анализа природно-географических и социальных ресурсов муниципального образования необходимо шире привлекать к работе специалистов из региональных академических, образовательных учреждений, а также местное население (краеведов, старожилов, местные НКО и т.д.) с целью выявить известные узкому кругу специалистов и жителей данные о ресурсах территории. Например, географы и ограниченный круг краеведов знают, что в Карелии имеются водопады выше относительно хорошо известного водопада Кивач (водопад Белые Мосты почти в два раза выше). Но водопад Кивач давно известен широкому кругу лиц, это один из раскрученных брендов Карелии и по ряду параметров он, безусловно, более привлекателен для посещения. Водопад Кивач расположен в удобном месте, имеет круглогодичную транспортную доступность, место хорошо обустроено, расположен на территории заповедника (а значит можно посмотреть дополнительно на ряд интересных и уникальных природных ресурсов, например, карельская берёза) и самое главное – это хорошо известный неофициальный символ Карелии.

4. Выявив дифференциаторы территории, необходимо провести исследование, насколько они известны и востребованы потенциальными потребителями – жителями и гостями территории. Следует заняться пропагандой этих ресурсов и объектов, проводя муниципальную информационную политику. Это позволит сделать данные ресурсы и объекты конкурентными преимуществами территории, формировать на их основе бренды и строить имидж муниципального образования.

Рассмотрим пример. В трех сельских поселениях Республики Карелия автор этой статьи в 2010 г. проводила работу по гранту РГНФ. В рамках проекта мы выяснили, насколько муниципальные служащие этих сельских поселений информированы о наличии на территории своих муниципальных образований объектов исторического, архитектурного, культурного наследия и других дифференциаторов. В двух из трех обследуемых муниципальных образованиях Республики Карелия информация о таких объектах имеется. Так на территории Гирвасского сельского поселения муниципальные служащие знают о 8 объектах архитектуры, 7 объектах исторического значения, 12 археологических объектах. На территории Кончезерского сельского поселения было выявлено 7 объектов архитектуры, 1 объект исторического значения, 17 археологических объектов. Но опрос жителей Карелии (не этих муниципальных образований) показал, что они знают всего об 1 объекте из 27, расположенном на территории Гирвасского сельского поселения и о 2 объектах из 25 Кончезерского сельского поселения. А из 29 стоянок древнего человека, расположенных на территории Гирвасского и Кончезерского сельских поселений, жители Карелии не назвали ни одного объекта. Дело не только в том, что жители Карелии слабо проинформированы об объектах исторического, архитектурного, культурного наследия этих сельских поселений. Проблемой является то, что многие из указанных муниципальными служащими объектов могут представлять интерес только для очень узкого круга специалистов (географов, историков, археологов и т.д.). Для привлечения большого количества клиентов (гостей) мало иметь уникальный природный, архитектурный, исторический объект. Из этого объекта необходимо сделать «товар» с целым на-

бором «коммерческих» характеристик, отталкиваясь от потребностей клиентов – потенциальных посетителей. А гостей может интересовать значительный круг как бы сопутствующих вопросов: насколько комфортно будет доехать и находиться на объекте, что нового и уникального он сможет там узнать (ему расскажут и покажут), что сможет увезти «на память», насколько будет обеспечена его безопасность, какие ограничения присутствуют при посещении этого объекта и т.д. Возможно, в муниципальном образовании надо выбрать один (несколько) наиболее интересный объект и постараться его превратить в объект посещения, удобный для клиентов с учетом их реальных потребностей.

Но упомянутое нами исследование выявило еще один очень важный аспект проблемы информированности муниципальных служащих и жителей Карелии об объектах, расположенных на территории муниципального образования. Муниципальные служащие порой «не видят» привлекательные для гостей объекты и ресурсы, расположенные у них на территории, особенно когда речь идет о необычном для данного объекта использовании. Так, например, при опросе жителей Карелии относительно интересных, с их точки зрения объектов, расположенных на территории указанных муниципалитетов, был назван старый заброшенный военный аэродром, на котором уже в течение трёх лет проводится слёт байкеров, и впервые в этом году прошёл автофестиваль. К сожалению, этот объект – старый аэродром – муниципальные служащие даже не упоминали как объект, заслуживающий внимания, и они не знали, что у них на территории уже не первый раз проводятся достаточно крупные мероприятия, которые собирают большое количество участников. Представляется, что при правильном сотрудничестве с организаторами данных мероприятий, сельское поселение смогло бы извлечь пользу, хотя бы за счет включения информации об этих мероприятиях в муниципальный календарь интересных событий, а в дальнейшем привлекать к участию в празднике более широкий круг участников (местные торговые и туристические организации) и гостей праздника.

Создание брендов, неких «визитных карточек» муниципального образования – это достаточно трудоемкий и сложный процесс. Но при правильно выбранном, действительно уникальном объекте или ресурсе, целенаправленной информационной политике, решении ряда сопутствующих вопросов, с целью повысить удобство клиентов (гостей территории) данный объект или ресурс может стать хорошей точкой внимания к муниципальному образованию, поможет сформировать определенный узнаваемый образ территории и будет способствовать повышению качества жизни населения.

УДК 338.48(470.12)

Чубиева И.В.

ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОЙ ПОДХОД В РАЗВИТИИ ТУРИСТКОЙ СФЕРЫ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ РЕСПУБЛИКИ КАРЕЛИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПРЯЖИНСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА)

В статье отражены вопросы развития туризма муниципальных образований Республики Карелия на примере Пряжинского национального муниципального района. Особое внимание уделено механизмам муниципального управления туристской сферы и основным научным подходам разработки муниципальных программ развития туризма в Республике Карелия.

Chubieva I.V. The Program-Oriented Approach in Development of the Tourist Sphere in Municipalities of the Republic of Karelia (on the Example of the Pryazhinsky National Municipal Area)

The issues concerning development of tourism in municipalities of the Republic of Karelia on the example of the Pryazhinsky national municipal area are examined in the article. It is paid an especial attention to mechanisms of the municipal management in the tourist sphere and main scientific approaches to elaboration of the municipal programs for development of tourism in the Republic of Karelia.

Формирование основ стратегического управления развития туризма на территориях муниципальных образований возможно проанализировать с 2000 г., с момента внесения основных изменений в законодательную базу по ведению предпринимательской деятельности в сфере туризма и рекреации и разработке стратегий и программ социально-экономического развития территорий субъектов Российской Федерации.

Приказ Федерального агентства по туризму РФ от 11.07.2007 г. № 66 закрепил определение региональной (муниципальной) программы как комплекса мероприятий в сфере туризма, реализуемых на территории субъекта Российской Федерации.

При разработке муниципальных программ основными механизмами реализации выступают:

- выработка новых подходов в экономической политике органов исполнительной власти по развитию туристской сферы на территории конкретного муниципального образования;
- частно-государственное партнерство в целях формирования позитивного туристского имиджа территории муниципального района;
- проведение открытых конкурсов администраций муниципального образования по выполнению программных мероприятий;

- внесение предложений в изменение нормативно-правовой базы субъекта РФ и муниципального образования, содействующей развитию туристской сферы;
- привлечение внебюджетных средств российских и зарубежных компаний, фондов и организаций;
- реализация инвестиционных проектов, удовлетворяющих требованиям потребителей туристской услуги и направленных на сохранение национальной самобытной культуры.

С 2000 г. на территории Республики Карелия разработаны, приняты и реализованы полностью или частично:

- концепция развития туризма в одном из муниципальных образований;
- 13 муниципальных программ по развитию туризма;
- в одной из программ социально-экономического развития муниципального района выделен раздел «развитие туризма»;
- 19 проектов фонда ТАСИС на территориях муниципальных образований.

В рамках разработок муниципальных программ развития туризма в Карелии использованы два подхода:

- сценарный – в разработке муниципальных программ на период 2003-2006 гг.;
- проектно-целевой – в разработке муниципальных программ на период 2007-2010 гг.

В 2008-2010 гг. на основании соглашения о научном сотрудничестве между Администрацией Пряжинского национального муниципального района и Институтом экономики Карельского научного центра РАН осуществлена научная корректировка муниципальной программы с учетом изменений в нормативно-правовой базе РФ в сфере туризма и принятых стратегических документов в РК по развитию туризма на территориях муниципальных образований. Корректировка осуществлялась с учетом предложений предпринимателей и специалистов туристской сферы района, общественных организаций и образовательных учреждений Республики Карелия, а также с учетом мнения местных жителей, представленных главами сельских поселений.

Определяющими стратегическими документами по развитию туризма на территории Пряжинского национального муниципального района Республики Карелия являются:

- Концепция социально-экономического развития Республики Карелия до 2012 г.;
- Концепция региональной целевой программы «Развитие туризма в Республике Карелия на период до 2010 г.»;
- Региональная целевая программа «Развитие туризма в Республике Карелия на период до 2010 г.» (одобрена распоряжением Правительства Республики Карелия от 12.11.2007 г. № 395р-П);
- Закон «О бюджетных целевых программах Республики Карелия» от 06.10.2005 г. № 909-ЗРК;
- Программа социально-экономического развития Пряжинского национального муниципального района на 2007-2011 гг.» (утверждена решением XIV сессии Совета Пряжинского национального муниципального района I созыва от 27.11.2007 г. № 112);
- Концепция развития туризма в Пряжинском национальном районе на 2007-2010 гг. (утверждена решением X сессии Совета Пряжинского национального муниципального района I созыва от 26.06.2007 г. № 52);
- Муниципальная программа «Развитие туризма в Пряжинском национальном районе на 2008-2010 гг.» (утверждена решением XXI сессии I созыва от 10.06.2008 г. № 34).

Программа разработана в соответствии с распоряжением Главы Пряжинского национального муниципального района и является продолжением Концепции развития туризма в Пряжинском национальном районе на 2007-2009 гг., направленной на формирование в районе конкурентоспособной туристской сферы.

Программа содержит наиболее актуальные направления развития туризма и мероприятия по их реализации в целях создания организационно-управленческой и экономической среды, благоприятной для дальнейшего развития туристской сферы в Пряжинском национальном муниципальном районе.

Программа ориентирована на удовлетворение потребностей российских и иностранных граждан в туристских услугах и включение района в российскую и международную туристскую логику. При этом особое значение приобретает возможность использования существующего природного и национально-культурного потенциала района, которая зависит от вовлечения местного населения в процесс создания туристских услуг, привлечения инвестиций в сферу туризма и повышение в целом конкурентоспособности туристского комплекса района.

Система мероприятий Программы сформирована на основе ее целей, задач и анализа конкурентных возможностей Пряжинского национального муниципального района. Реализация Программы предполагает сочетание бюджетных и внебюджетных источников финансирования с преимущественным использованием последних. Система программных мероприятий включает разделы, реализация которых позволит сформировать современный востребованный туристский продукт Пряжинского национального муниципального района, отвечающий потребностям и возможностям республики, а также основным тенденциям развития карельского и российского туризма, перечнем исполнителей, объемами и источниками финансирования. Мероприятия муниципальной программы включают следующие основные пять направлений:

- рекламно-информационное продвижение туристского потенциала и туристского продукта Пряжинского национального муниципального района;
- диверсификацию рынка и повышение качества туристских услуг, поддержку развития туристского бизнеса;

- научное и информационное сопровождение муниципального регулирования развития туризма;
- развитие системы подготовки туристско-экскурсионных кадров;
- содействие развитию инфраструктуры туризма.

Рекламно-информационное продвижение туристско-рекреационного потенциала и туристского продукта Пряжинского национального муниципального района предполагает реализацию следующих мероприятий туристской маркетинговой политики и мероприятий, направленных на создание эффективного информационного сопровождения развития туризма в районе:

- организацию целевых информационно-рекламных кампаний в средствах массовой информации, направленных на продвижение Пряжинского национального муниципального района как объекта туризма;
- повышение туристской привлекательности района и известности местных туристских продуктов в республике и за ее пределами, формирование конкурентоспособного туристского бренда района;
- представление туристско-рекреационного потенциала района на международных, российских, межрегиональных и региональных туристских выставках, семинарах и иных мероприятиях;
- разработку и выпуск рекламно-информационной продукции. Издание тематических буклетов, туристских карт, каталогов, сборников, брошюр о туризме и туристских ресурсах;
- организацию выпуска передач о туристско-рекреационном потенциале и развитии туризма района на карельском и российском телевидении и радио;
- публикацию информационных статей в специализированных газетах и журналах;
- организацию пресс-конференций и пресс-туров для российских и иностранных журналистов;
- проведение рекламных обзорных экскурсий и выездных рекламных семинаров о возможностях туризма в отдельных населенных пунктах Пряжинского национального муниципального района для представителей туристских организаций, работающих на прием туристов в Республики Карелия;
- создание, поддержку, обновление и продвижение туристского сайта Пряжинского национального муниципального района в Интернете.

Диверсификация рынка и повышение качества туристских услуг, поддержка развития туристского бизнеса предусматривают:

- создание условий для разработки и реализации высококачественных туристских продуктов и поддержку разработки проектов по развитию перспективных видов туризма, социально значимых туристских предложений, продуктов и программ;
- реализацию программ, проектов и мероприятий по развитию сельского, природного, культурного и специфического туризма;
- проведение мероприятий по привлечению малого рекреативного бизнеса в сферу туризма. Данный вид туризма развивается в поселках и деревнях в пределах экологически чистых территорий района, относится к маломасштабным типам туристского развития и заключается в обеспечении отдыха небольших групп туристов (семей), приезжающих в традиционные, чаще всего удаленные, поселки и деревни и живущих в жилых строениях местных жителей.

Научное и информационное сопровождение муниципального регулирования развития туризма включает:

- создание, пополнение и обновление баз данных о туристско-рекреационных ресурсах и территориях Пряжинского национального муниципального района: ведение реестра туристских ресурсов, ведение реестра туристских фирм, зарегистрированных на территории района, формирование и издание ежегодного календаря туристских событий. Отслеживание достоверности баз данных и их публикация на различных носителях;
- проведение мониторинга реализации программы: проведение маркетинговых исследований туристского рынка Пряжинского национального муниципального района, расчет мультипликативного эффекта развития туризма, выявление наиболее перспективных туристских потоков, разработка системы показателей развития туристской сферы, что позволит анализировать состояние туристской отрасли и делать прогнозы ее перспективного планирования;
- проведение конкурсов на научно-исследовательские работы по изучению туристско-рекреационного потенциала района с целью развития туристской сферы.

Развитие системы подготовки туристско-экскурсионных кадров включает в себя мероприятия по подготовке специалистов в сфере туризма. В рамках мероприятий предусматривается:

- проведение выездных сертифицированных обучающих курсов для местных жителей, работающих или желающих работать в сфере туризма;
- организация системы взаимодействия учебных заведений со службами занятости, администрацией муниципального района, республиканскими органами власти по подготовке обслуживающих кадров из числа безработных и местных жителей, желающих заняться туристским предпринимательством на территории населенных пунктов района;
- создание на территории муниципального района системы подготовки кадров.

Содействие развитию инфраструктуры туризма ориентировано на:

- создание и развитие на территории муниципального района приоритетных рекреационных территорий, зон туризма и отдыха;

- создание благоприятных условий для привлечения и реализации инвестиционных проектов в сфере туризма;
- совершенствование существующей и создание новой инфраструктуры, участвующей в процессе создания туристских услуг.

Данное направление предполагает:

- разработку Карты – схемы зон туризма и отдыха в районе, включенных в Генеральную схему размещения объектов и инфраструктуры туризма в Республике Карелия;
- формирование перечня инвестиционных предложений и разработку технико-экономических обоснований инвестиционных проектов в сфере туризма;
- подготовку инвестиционных площадок, которые могут быть использованы для создания туристской инфраструктуры;
- участие в инвестиционных выставках, форумах, поиск потенциальных инвесторов и партнеров;
- информационное и правовое сопровождение реализуемых инвестиционных проектов строительства придорожного сервиса и других объектов инфраструктуры туризма;
- изготовление и установку дорожных указателей, строительство и обустройство стоянок, мест отдыха и т.д.;
- совершенствование услуг по размещению туристов и увеличению номерного фонда (в рамках данных мероприятий основная роль принадлежит хозяйствующим субъектам);
- реализацию международных проектов в сфере туризма, в т.ч. в целях разработки совместных турпродуктов, а также совместного использования объектов туристской инфраструктуры.

Представленные направления реализации Программы и программные мероприятия способствуют социально-экономическому развитию района, решению проблем занятости населения и эффективному использованию бюджетных и инвестиционных средств, направленных на реализацию политики развития туризма в Пряжинском национальном муниципальном районе.

Основными ресурсами реализации Программы являются финансовые, материально-технические и трудовые. Подготовка системы программных мероприятий и их реализация будут осуществляться путем ежегодного выделения бюджетных средств на выполнение Программы. Финансирование Программы предполагается за счёт следующих источников:

- средства республиканского бюджета, в том числе выделяемые на конкурсной основе в виде централизованных инвестиционных ресурсов;
- средства муниципального бюджета Пряжинского района, бюджетов поселений района, направляемые на реализацию основных мероприятий реализации программы;
- внебюджетных средств, включая собственные средства организаций сферы туризма, кредиты банков, средства фондов и общественных организаций, средства частных отечественных и зарубежных инвесторов, целевые отчисления от прибыли организаций, заинтересованных в развитии туризма (на добровольной и договорной основе).

Общий объём финансовых средств, необходимых для реализации системы программных мероприятий, составляет – 55360 тыс. руб., в т.ч. средства республиканского бюджета – 10000 тыс. руб., муниципального бюджета Пряжинского района – 204 тыс. руб., внебюджетные источники – 45156 тыс. руб. Информация о финансировании Программы развития туризма по годам реализации приведена в таблице 1. Необходимое ресурсное обеспечение реализации программных мероприятий рассчитано с учетом объемов финансовых затрат на развитие туризма в рамках программы социально-экономического развития и муниципального бюджета Пряжинского национального муниципального района.

Таблица 1

Финансирование мероприятий Программы, тыс. руб.

Источники финансирования	Годы			Итого
	2008	2009	2010	
Бюджет Республики Карелия	1000	4000	5000	10000
Бюджет Пряжинского муниципального района	68	68	68	204
Дополнительные привлеченные средства	16942	14107	14107	45156
Всего	18010	18175	19175	55360

Реализация Программы предусматривает взаимодействие структурных подразделений и органов республиканской власти, муниципальной, городской и сельских администраций, туристских организаций, музеев, объектов придорожного сервиса и других субъектов туристской деятельности. В целях эффективного контроля над реализацией программных мероприятий координация за их выполнением закреплена за общим отделом администрации муниципального района. Общий контроль возлагается на заместителя главы администрации Пряжинского национального муниципального района, курирующего вопросы развития туризма. В целях координации действий региональных управленческих структур, администраций сельских и городского населенных пунктов муниципального района, туристской общественности и наиболее эффективной реализации программных мероприятий проводятся рабочие совещания, с

представителями туристского бизнеса, специалистами администрации, науки и образования по вопросам развития туризма в Пряжинском районе.

Оценочный объем налоговых платежей по видам основных налогов и сборов на основании прогноза, который предполагается получить в бюджетную систему Республики Карелия, составит к декабрю 2010 г. 1,4 млн руб. за весь период действия Программы. За счет реализации программы к июню 2010 г. создано около 30 новых рабочих мест (по предварительным оценкам с учетом нормативного количества занятого и обслуживающего персонала) непосредственно на новых 5 объектах туристской и вспомогательной инфраструктуры, а также более 10 рабочих мест в обслуживающих секторах экономики (табл. 2).

Таблица 2

Принципы оценки эффекта от функционирования туризма как сферы бизнеса в муниципальном образовании

Эффекты реализации муниципальной программы					
Социальный		Экономический		Бюджетный	
Производственный	Потребительский	Производственный	Потребительский	Производственный	Потребительский
Рост числа дополнительных рабочих мест в сфере туризма и гостеприимства Открытие новых объектов торговли и общественного питания	Удовлетворение культурных потребностей и духовных интересов человека Улучшение здоровья	Рост доходов в сфере туризма Рост доходов в смежных сферах экономической деятельности	Повышение эффективности труда	Увеличение доходов в бюджеты всех уровней	

Помимо выделенных видов эффекта ожидаемые результаты реализации программы можно оценить, проанализировав основные социально-экономические показатели:

- численность туристов, посетивших муниципальный район;
- доля организованных и индивидуальных туристов;
- среднегодовая численность работников в сфере туризма;
- средняя заработная плата работников сферы туризма в муниципальном районе;
- количество средств размещений на территории;
- общая мощность средств размещений;
- коэффициент использования пропускной способности средств размещений;
- обеспеченность туристов средствами размещения;
- количество туродней, проводимых туристами на территории муниципального района;
- коэффициент сезонности туристского потока;
- количество организаций и частных предпринимателей, осуществляющих туристскую деятельность;
- объем внебюджетных инвестиций в инфраструктуру туризма;
- удельный вес платных туристских услуг в общем объеме услуг населению.

Достигнутая к 2010 г. положительная динамика по всем основным социально-экономическим показателям развития туризма обусловлена проводимой целостной маркетинговой политикой позиционирования Пряжинского национального муниципального района как благоприятного для отдыха и рекреации территории Карелии. Результатом Программы является создание предпосылок и условий для сохранения и приумножения национально-культурного наследия, формирование на их основе дополнительных источников дохода, развитие альтернативных сфер занятости местного населения, приобщение жителей района к культурным ценностям и снижение миграционного оттока населения.

При этом особое значение приобретает возможность использования существующего природного и национально-культурного потенциала района, которая зависит от вовлечения местного населения в процесс создания туристских услуг, привлечения инвестиций в сферу туризма и повышения в целом конкурентоспособности туристского комплекса муниципального района.

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И СОХРАНЕНИЯ ТУРИСТСКИХ ЦЕНТРОВ КАК ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ МИРОВОГО ЗНАЧЕНИЯ

УДК 338.486

Гордин В.Э.
Матецкая М.В.

КУЛЬТУРНЫЕ КЛАСТЕРЫ КАК ГЕНЕРАТОРЫ ИННОВАЦИЙ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА В ДЕСТИНАЦИИ

В статье освещаются теоретические вопросы, связанные с формированием культурных кластеров. Раскрываются инновационные функции культурных кластеров на примере Санкт-Петербурга.

Gordin V. E., Matetzka M.V. The Cultural Clusters as Generators of Innovations in the Tourism Development in the Destination

The article reviews the theoretical issues relating formation of the cultural clusters. The innovative functions of the cultural clusters are examined on the example of Saint Petersburg.

Кластерный подход как форма территориальной организации общественного производства занимает в последнее время все более важное место в управлении территориями.

Кластеры представляют собой сообщество фирм, тесно связанных отраслей, взаимно дополняющих друг друга и способствующих росту своей конкурентоспособности. Для всей экономики государства кластеры выполняют роль «точек роста» внутреннего рынка¹.

Особенности кластеров по сравнению с другими формами организации заключаются в следующем²:

- необычно широкий состав участников;
- географический размер кластера может варьироваться 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.

Однако до настоящего времени наибольшее внимание уделялось проблемам развития производственных кластеров. В то же время культурные кластеры остаются менее исследованными теоретически и слабо внедренными в практику.

Рассматривая цели и задачи создания культурных кластеров, следует отметить, что они призваны:

- создать условия для профессионального развития творческих работников на основе межотраслевого сотрудничества с организациями смежных отраслей;
- укреплять конкурентные преимущества вошедших в кластер творческих организаций и предприятий смежных отраслей;
- создавать благоприятную среду для развития творческих индустрий, в том числе нацеленных на привлечение туристов;
- содействовать развитию территории путем повышения ее аттрактивности для представителей творческих профессий;
- создавать благоприятную креативную среду для организаций различных отраслей;
- повышать уровень интерактивности культурных продуктов, создаваемых в рамках культурных кластеров;
- формировать новые продукты культурного туризма, способные привлекать различные категории туристов;
- формировать новый культурный имидж туристской дестинации путем активизации деятельности креативных групп населения.

¹ Цихан Т.В. Кластерная теория экономического развития // «Теория и практика управления», № 5, 2003.

² Бойко А.Е. Формирование туристских кластеров как инструмент развития внутреннего туризма в России. Электронный документ. Режим доступа: www.dvags.ru/download/tio/j2009-2/37.doc

Важнейшей особенностью культурных кластеров по отношению к развитию туризма является их роль в качестве генераторов инноваций. Инновационные функции культурных кластеров обусловлены прежде всего широким вовлечением в их деятельность креативного класса. Креативный класс в рамках культурных кластеров не только создает новые туристские продукты, но позволяет по-новому позиционировать культурное наследие, создавая дополнительную аттрактивность дестинации.

Особенность развития культуры в Санкт-Петербурге заключается в том, что значительная часть производимых в городе культурных услуг потребляется не резидентами, а различными категориями туристов. Как показывают данные социологических опросов, подавляющее большинство петербуржцев не посещает никаких учреждений культуры³. Данное обстоятельство предопределяет, с одной стороны, потребность в поиске разнообразных рычагов вовлечения петербуржцев в активное потребление культурных благ, создаваемых городскими учреждениями культуры, а, с другой стороны, повышает роль туристов как потребителей культурных продуктов, создаваемых городскими учреждениями культуры. При этом с точки зрения маркетинговых стратегий учреждений культуры эти сегменты потребителей обладают существенными различиями, которые необходимо учитывать при разработке культурного продукта, его позиционировании и продвижении.

Решение задачи повышения эффективности деятельности учреждений культуры города предусматривает помимо рассмотрения внутренних проблем функционирования данных организаций анализ целого ряда внешних проблем, в том числе, связанных с территориальным размещением учреждений культуры. Данная проблема в последнее время широко обсуждается разработчиками планов развития города, представителями органов управления и руководителями учреждений культуры⁴. Вопросы территориального размещения учреждений культуры имеют острое звучание в таком мегаполисе как Санкт-Петербург⁵. Причем решение данной проблемы носит противоречивый характер с точки зрения отдельных категорий потребителей.

В исторической ретроспективе следует вспомнить, что в районе Невского проспекта располагалась значительная часть ленинградских театров, концертных залов и кинотеатров. Это, с одной стороны, затрудняло транспортную доступность данных учреждений культуры для жителей спальных районов, но, с другой, создавало определенный ритуал посещения театров и кинотеатров «в городе».

В последние годы ситуация несколько изменилась. Если театры в своем большинстве продолжают концентрироваться в центральных районах города, то кинотеатры (исключительно частные по форме собственности) широко шагнули в районы новостроек, особенно, путем размещения в крупных торгово-развлекательных комплексах. Кроме того, осознавая явную асимметрию в расположении учреждений культуры в городском пространстве, Комитет по культуре Санкт-Петербурга в последние годы осуществляет целый ряд программ, нацеленных на приближение культурных благ к жителям окраинных районов. Таким образом, можно говорить о совпадении интересов власти и бизнеса в удовлетворении культурных запросов петербуржцев, проживающих в отдаленных районах города. Однако до настоящего времени указанные учреждения располагаются в районах новостроек достаточно дисперсно, не будучи привязаны друг к другу, а исключительно к зонам торговли и больших пассажиропотоков.

Но будучи культурным центром мирового уровня, Санкт-Петербург нуждается в формировании стратегии территориального размещения учреждений культуры, нацеленных на удовлетворение культурных запросов туристов. В основу данной стратегии целесообразно положить так называемый кластерный подход, предусматривающий размещение на ограниченном пространстве учреждений культуры, связанных с ними предприятий торговли и общепита, центров развлечений и досуга, предприятий информационной сферы и ряд других предприятий и учреждений, создающих столь необходимый туристу комфорт и безопасность. Целенаправленное формирование в городе культурных кластеров, ориентированных на знакомство туристов с объектами культурного наследия, потребует разработки специальной стратегии. В ее основу должны быть положены несколько принципов.

Во-первых, системообразующим стержнем таких кластеров должны являться аутентичные памятники истории и архитектуры. Именно вокруг них будет формироваться сеть сервисных предприятий и учреждений, нацеленных на удовлетворение различных запросов туристов.

Во-вторых, одиночные кластеры должны быть выстроены в определенную сеть, обеспечивающую туристам пешеходную или, в крайнем случае, быструю транспортную доступность. Это особенно актуально в условиях мегаполиса, задающего в транспортных пробках.

В-третьих, культурные кластеры должны носить многосекторальный характер, в них должны быть представлены как находящиеся в государственной собственности памятники, так и частные предприятия сферы услуг, прежде всего, предприятия и учреждения малого и среднего бизнеса. Именно они способны быстро реагировать на весьма неустойчивую ситуацию на рынке культурного туризма.

³ Илле М. Петербуржцы и культурная жизнь города: десять лет наблюдений. // Журнал «Телескоп»: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев N 5, 2000.

⁴ Креативный кластер — решение для центра Санкт-Петербурга. Электронный документ. Режим доступа: <http://spb.rbc.ru/special/industry/20/04/2010/396681.shtml>

⁵ Материалы Мастер-класс «Девелопмент в сфере туризма». Режим доступа: <http://www.csnw.ru/content/announce/default.asp?shmode=2&ids=21&ida=2101>

В-четвертых, все организации, предприятия, учреждения должны функционировать в рамках единой маркетинговой стратегии, не выбиваясь из общей стилистики, работая на коллективный имидж кластера и города в целом.

Описанный выше подход к формированию культурных кластеров касается прежде всего кластеров, основанных на использовании культурного наследия города. Вместе с тем, в настоящее время назрела необходимость более широкого подхода к культурным кластерам, позволяющим целенаправленно регулировать территориальное развитие учреждений культуры, в том числе для создания наилучших условий для культурного туризма.

Как мы уже отмечали в своих предыдущих работах⁶ сегодняшнее «лицо» петербургской культуры отличается академизмом и классичностью. Безусловно, это привлекает определенные категории туристов, но не создает необходимых импульсов для использования тех факторов креативности, которые, согласно современным экономическим исследованиям, обуславливают ускоренное развитие территории.

Популярной концепцией инновационного развития сегодня считается концепция «креативного класса»⁷, объясняющая появление нового класса людей в быстро меняющейся экономике постиндустриального общества. Для творческих людей приоритетом становится не карьера, престиж и высокая зарплата, а ценность созданных условий для работы и жизни, раскрытие своего творческого потенциала, в том числе толерантная атмосфера и творческие стимулы.

Концепция Флориды оказала значительное влияние на понимание процессов развития современных территорий (городов), так как творческий класс во многом составляют люди творческих индустрий. Другой специалист в области экономики культуры Ч. Лэндри отмечает, что «культурные ресурсы – это материал, используемый для создания базовых ценностей города, сырье, которое приходит сегодня на смену углю, стали и золоту»⁸.

В этой связи нам представляется актуальной активизация совместных усилий территориальных органов управления культурой и туризмом, коммерческих структур, некоммерческих организаций и благотворительных фондов, поддерживающих культуру, и самих организаций культуры всех организационно-правовых форм в создании условий для построения и развития всей «линейки» культурных кластеров. На основе проведенных авторами исследований нами была построена следующая классификация культурных кластеров:

- Кластеры культурного наследия.
- Этнокультурные кластеры.
- Творческие кластеры.
- Масс-культурные кластеры.
- Арт-инкубаторы.

Безусловно, эта классификация условна, и отдельные виды кластеров могут пересекаться. Однако, каждому из них присущи определенные особенности, которые влияют на привлекательность данных кластеров с точки зрения культурного туризма.

Как мы уже отмечали, кластеры культурного наследия формируются вокруг аутентичных памятников истории, культуры, архитектуры. В аналогичном стиле работают входящие в данные кластеры учреждения творческих индустрий. В Санкт-Петербурге в настоящее время формируется подобный кластер в квартале между Исаакиевской площадью и Новой Голландией⁹.

Этнокультурные кластеры исторически локализовались в местах компактного проживания как коренных, так и некоренных для данной территории народов. Специалисты в связи с этим отмечают большой потенциал и возможности развития такого рода культурных кластеров в северных городах России, построенных на отражении культурной специфики и идентичности северных регионов России¹⁰.

Анализируя перспективы развития этнокультурных кластеров, следует подчеркнуть одну особенность: кластеры, представляющие культуру коренных народов, обычно формируются в сельской местности или малых городах, где лучше сохраняются материальные артефакты и народные традиции. Напротив, космополитичные мегаполисы создают условия для формирования этнокультурных кластеров некоренных народов, искусственно или естественным образом создававших на протяжении веков или десятилетий своеобразные «культурные резервации». В качестве примеров можно привести Еврейский город в Праге, Чайна-таун в Нью-Йорке, «русские» районы в Стамбуле (Аксарай, Лалели). Что касается Санкт-Петербурга, то здесь вследствие активной политики ассимиляции, проводившейся как до революции, так и при Советской власти, за исключением культовых зданий практически не сохранилось памятников материальной культуры некоренных народов, проживавших в городе на протяжении столетий.

⁶ Гордин, В.Э., Браун Е., Андерсен В. (ред.) (2001). Культурный туризм: конвергенция культуры и туризма на пороге XXI века. Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУЭФ.

⁷ Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2005.

⁸ Лэндри Ч. Креативный город. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2005.

⁹ Проект «Музейный квартал», сайт <http://www.museum-city.ru/>

¹⁰ Личутин А. Тезисы о культурных кластерах. // Экология культуры №2 (45) 2008: Информационный бюллетень. Продолжающееся издание (издается с 1997 г.) / Гл. ред. Л.Е. Востряков. – Архангельск: Комитет по культуре Архангельской области, 2008. – 108 с.

Наиболее быстро развивающийся во всем мире вид культурных кластеров – это творческие кластеры. Они также весьма различны по принципам формирования, территориальным предпочтениям, характеру взаимоотношений с официальной властью, представленным в них творческим индустриям. В то же время, как показывают многочисленные исследования, творческие кластеры развиваются по определенным принципам, присущим современным творческим индустриям¹¹.

Современное понимание творческих индустрий построено на принципах творческой (креативной экономики) и отражает комплексный подход к развитию и взаимодействию секторов искусства, медиа, культурного наследия и сектора услуг.

Рост сектора творческих индустрий связан с базисными преобразованиями в экономических системах, а именно развитие «постиндустриального общества» (Bell, 1973) и «экономика, основанная на знаниях» (OECD, 1996), рост сектора услуг, повышение роли креативного класса (Флорида, 2005). За последние десятилетия сектор творческих индустрий демонстрирует повышение своей роли как источника занятости, экспорта, создания добавленной стоимости (DCMS, 2006). Сторонники «творческих индустрий» утверждают, что это повышение их экономического значения должно изменить и культурную политику стран и регионов в пользу развития как раз кластерного подхода к сфере культуры. Отметим, что политика в отношении творческих индустрий не может представлять собой расширенную версию существующей культурной политики, построенной на принципах экономики благосостояния, а должна рассматриваться как элемент инновационной политики в экономике в целом¹².

Несмотря на то, что термин творческих (культурных) индустрий находится в лексиконе экономистов культуры уже более 10 лет, дискуссии о содержательной части и едином понимании творческих индустрий продолжаются до сих пор¹³. Обусловлено это тем, что создание продуктов с высокой долей творческой составляющей характерно для многих отраслей экономики, и выходит далеко за пределы сектора культуры и искусства.

Тем не менее, специалисты достигли единого мнения о структуре творческих индустрий и включении конкретных секторов культуры в это понятие для целей культурной политики¹⁴:

- Издательская деятельность и литература.
- Исполнительские виды искусства.
- Музыка.
- Фильм, видео и фотография.
- Телевидение и радио.
- Изобразительные искусства и ремесла.
- Реклама.
- Дизайн, включая моду.
- Музеи, галереи и библиотеки.
- Интерактивные СМИ (сетевые ресурсы, компьютерные игры, мобильный контент, и т.д.).

На сегодняшний момент можно говорить о существовании разных моделей развития творческих индустрий, обусловленных различием культурной политики и местными контекстными факторами. В самых общих чертах в результате анализа литературы по развитию творческих индустрий можно выделить четыре основные модели развития творческих индустрий:

- Модель Соединенных Штатов Америки, предполагающая существенное разделение сфер искусства (культуры) и индустрий развлечения, и ограниченную роль культурной политики в отношении развития творческих индустрий. В рамках данной модели ставка делается на развитие творческих городов¹⁵, в том числе подчеркивается роль туризма и трудовой мобильности населения как источников роста городов.

- Европейская модель подчеркивает культурное значение и миссию творческих индустрий, реализуя более широкую стратегию социальной значимости культуры и доступности культурных благ широкому кругу потребителей. Поэтому термин культурные индустрии более предпочтителен, чем творческие индустрии. Роль культурного туризма в реализации развития культурных индустрий также достаточно велика.

- Другая модель развития творческих индустрий характерна для азиатских стран (крупнейшие города Китая, а именно, Гонконг и Шанхай) отличается разнообразными формами, которые особое значение придают роли национальных социокультурных и политических факторов. Основной массив творческих индустрий построен вокруг информационных технологий и направлен не только на внутренний рынок, но и предполагает значительную долю экспорта¹⁶.

¹¹ Lazzeretti L., Boix B., Capone F. Why do creative industries cluster? An analysis of the determinants of clustering of creative industries. IERMB Working Paper in Economics, n 09.02, April 2009.

¹² Cunningham, S. From cultural to creative industries: Theory, industry and policy implications. Media International Australia 2002, 102:57–67

¹³ Creative Economy Report 2008: The challenge of assessing the creative economy towards informed policy-making. UNCTAD (2008, 14). Переход по адресу http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf

¹⁴ Flew, Terry and Cunningham, Stuart D. Creative Industries After the First Decade of Debate. The Information Society, 26 (2), 2010.

¹⁵ Wyszominski, M. J. The local creative economy in the United States. In Cultural economy, ed. H. Anheier and Y. Raj Isar, 199-212, 2008. London: Sage.

¹⁶ Kong, L., C. Gibson, L.-M. Khoo, and A.-M. Semple. Knowledge of the creative economy: Towards a relational geography of diffusion and adaptation in Asia. Asia Pacific Viewpoint 47:173–94, 2006.

• Модели развивающихся стран (например, стран Южной Америки, Южной Африки, Карибского бассейна), где первостепенны вопросы сохранения и обслуживания культурного наследия, уменьшения бедности, и улучшения инфраструктуры в сфере услуг в целом, а не акцент на технократической составляющей творческих индустрий, как, например, в предыдущей модели¹⁷.

Тем не менее, для всех моделей творческих индустрий характерны тенденции развития по кластерному типу. Творческие индустрии предполагают реализацию творческого и интеллектуального ресурса в «творческий продукт», при этом преобразуются и сами территории расположения кластеров, которые часто могут находиться на невостребованных промышленных территориях города. В кластере возникает общая, специфичная, открытая творческая среда для коммуникации и сотрудничества, формируются новые сети взаимоотношений, на основе которых происходит обмен идеями¹⁸.

Таким образом, можно сделать вывод, что творческие кластеры не только становятся важнейшим фактором территориального развития, но и импульсом для диверсификации продуктов культурного туризма.

Относительно новым видом культурных кластеров мы предлагаем считать зарождающиеся в настоящее время арт-инкубаторы. Данная форма территориальной и организационной автономизации творческих индустрий предусматривает создание территорий, предназначенных для помощи в творческих «start-up» для молодежи. Такие арт-инкубаторы и спонтанно, и целенаправленно формируются на базе крупных творческих ВУЗов или творческих факультетов университетов. Большая их часть находится в пределах студенческих кампусов, что не дает возможности активно вовлекать данный вид культурных кластеров в культурный туризм. Однако в Санкт-Петербурге, где творческие ВУЗы расположены в центре города, было бы целесообразно в рамках планов территориального развития и программ развития сфер культуры и туризма предусмотреть формирование арт-инкубаторов как объектов культурного туризма, способных не только дать новые впечатления туристам, но и привнести инновационные ноты в процесс кастомизации туристского продукта.

Формирование устойчивых культурных кластеров станет уже в ближайшие годы стратегической линией развития ресурсной базы культурного туризма в Санкт-Петербурге, поскольку город встанет перед острой необходимостью рассредоточения в высокий сезон основных потоков туристов, концентрирующихся в настоящее время в нескольких attraktivных учреждениях культуры (Эрмитаж, Петропавловская крепость, Пушкин, Петергоф, Павловск).

Таким образом, кластерный подход будет с одной стороны способствовать более полному удовлетворению на инновационной основе запросов такого важного сегмента рынка культурных услуг как туристы, а с другой будет содействовать повышению эффективности деятельности как учреждений культуры, особенно второго уровня, так и предприятий туризма и сферы гостеприимства с применением инновационных инструментов и методов.

УДК 338.483.11(1-751.2)(470.22)

Грибушин А.И.

РЕАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЕКТА «ГОРНЫЙ ПАРК РУСКЕАЛА»

В статье представлена положительная практика использования природного и индустриально-исторического объекта под открытым небом в качестве туристского объекта в современных экономических условиях России.

Gribushin A.I. Realization of the Business Project «The Mountain Park Ruskeala»

The positive practice of use of the natural and the industrial-historical object located in the open air conformably to the modern economic situation in Russian is represented in the article.

I. Исходные данные

Проблема по превращению туризма в высокодоходную отрасль экономики Республики Карелия диктуют необходимость значительных инвестиционных вложений (как государственных, так и частных) в эту сферу хозяйственной, производственной, научной и практической организационной деятельности.

Наряду с наиболее насущными вопросами, связанными с финансированием организации потока туристов, создания современной инфраструктуры обслуживания путешествующих и т.д., необходимо: обустройство существующих, привлечение и ввод в число действующих объектов туристского интереса ранее не используемых природообразующих феноменов, памятников культурного наследия; организация и развертывание на базе создаваемых новых (впрочем, и существующих) объектов эксклюзивных программ производства оригинального туристского продукта – от традиционного изготовления сувениров до культурологического «наполнения» материального и эмоционального характера, национально-фольклорные и игровые «действия»,

¹⁷ Flew, Terry and Cunningham, Stuart D. Creative Industries After the First Decade of Debate. The Information Society, 26 (2), 2010.

¹⁸ Гончарик А. Политика в области творческих индустрий: зарубежный опыт и российские реалии. Электронный документ. Режим доступа: http://www.creativeindustries.ru/rus/publications/creative_industries_politics

исторические реконструкции реальных и/или легендарных событий, театрализованные представления и другие комплексы нетрадиционных/неиспользовавшихся ранее услуг; создание новых рабочих мест для жителей социально «запущенных» поселений, переориентация предпочтений «modus vivendi» и «modus operandi» местной молодежи и юношества, возрождение у них интереса к своей малой Родине.

Инвестиции в создание туристских объектов инфраструктуры в последние годы увеличиваются. Однако финансирование для приспособления, обустройства, принятия необходимых мер по сохранению культурного и природного наследия минимальны. Такая ситуация характерна не только для Республики Карелия, но и для всей России. Ни одна туристская фирма в Карелии не имеет подобных намерений, предпочитая эксплуатировать старые, проверенные объекты и турмаршруты (Кижы, Валаам, Соловки, Марциальные Воды, государственные музеи и пр.), не вкладывая в их развитие собственных средств. Государственное же финансирование направлено в основном в развитие и поддержку апробированных памятников и музеев федерального подчинения. Деньги, поступающие по линии международных фондов, зачастую остаются, в основном своем объеме, – в странах – инвесторах, или расходуются не эффективно. Российские и карельские общественные и неправительственные организации не обладают достаточными капиталами, а выделяемые им довольно скромные суммы тратятся обычно на необходимое первоначальное научно-информационное обеспечение под лозунгом «перспективного развития наследия».

Проект «Горный парк РУСКЕАЛА» (ГПР), является для Карелии первой (и пока – единственной) реально реализованной программой организации нового туристского объекта. ГПК – пилотный проект поливариантного характера.

2. Данные об организаторах, инвесторе и инициаторах осуществления проекта

Основным заинтересованным субъектом развития Горного парка является компания из г. Сортавала ООО «Колмас Карелия», обладающая необходимой материальной базой для обслуживания и приема туристов.

Исходные данные проекта, этапность его осуществления, перспективы, планируемые результаты (по этапам), степень вмешательства в окружающую среду были изложены в Концепциях первого и второго этапа развития туристского объекта ГПК.



Рис. 1. Мраморный карьер, Северо-западный склон Мраморного борта и устья штольных горизонтов, 1930-е гг. и 2009 г.

ООО «Колмас Карелия» занимается освоением памятника как туристского с 2000 г. К 2004 г. был получен основной пакет правовой, разрешительной и проектной документации: земельный отвод, договор аренды земельного участка; разработаны Концепция и проектные предложения по генеральному развитию Горного парка, выданы положительные заключения соответствующих государственных и надзорных органов (МУ «Архитектура и градостроительство», Управление Государственного пожарного надзора, Северо-Западной инспекции рыбоохраны, СЭС).

3. Базовые аспекты развития проекта ГПР

Основным элементом ГПР является памятник истории и культуры «Мраморные ломки Рускеала» (Постановление Правительства РК № 333 от 25 мая 1998 г.). ООО «Колмас Карелия» получило на памятник «Охранное обязательство» от Республиканского центра государственной охраны памятников культурного наследия.

Наиболее примечательным объектом является «финская залежь» – карьер добычи мрамора XVIII – XX вв., в настоящее время частично заполненный грунтовыми и естественными стоковыми водами до уровня протекающей рядом р. Тохма. Глубина «мраморного каньона» составляет до 33 м, на треть меньше высота мраморных скал от зеркала воды до борта.

Добыча мрамора в Рускеала начала производится подданными шведской короны еще в XVII в. Работки были продолжены русскими строителями Исаакиевского собора, Зимнего и Мраморного дворцов; зданий, монументов и сооружений царских пригородов Санкт-Петербурга; Валаама; затем – финскими мастера-

ми из Хельсинки и Сортавала. Со второй половины XIX в. значительная часть породы, в т.ч. добываемой в карьерах и в штольнях, использовалась для производства извести и известковой муки; позже – гравия, щебня, отсыпного материала. Эта же продукция производилась, в основном, и на протяжении всего XX столетия. Попытка получения достаточного количества блочного и облицовочного камня не дала экономически выгодных результатов.

В настоящее время карьер как уникальный природный объект подготовлен к постановке на государственный учет в ранге памятника геологической истории¹.

Памятник расположен на территории п. Рускеала (Кааламское сельское поселение, Сортавальский муниципальный район), и до 2002 г. никак не использовался – ни в качестве производственного объекта (добыча камня), ни как предмет туристского интереса. Земля, на которой расположен «мраморный каньон», передана инвестору в долговременную аренду как туристский объект.

Основной целью арендатора является сохранение памятника как туристского объекта, его обустройство и благоустройство, проведение мероприятий по обеспечению безопасности посетителей; развитие как уникального для Северного Приладожья экологически незагрязненного объекта, частичная рекультивация природного окружения, придание ему черт культурного (паркового) ландшафта; развитие туристской инфраструктуры без нарушения требований экологии, внешнего вида памятника, соблюдение санитарной и гигиенической безопасности; организации охраны от несанкционированного доступа в опасные для посещения фрагменты объекта, организация туристско-информационного обеспечения (информационные таблички и стенды, экскурсионное обслуживание, развитие нетрадиционных форм и видов турпродукта).

ООО «Колмас Карелия» инвестировало в проектные, подготовительные, строительные работы более 15 млн руб., вместе с тем ООО рассчитывало в конечном итоге получать прибыль от вкладываемых в развитие объекта средств и его планомерной эксплуатации, т.к. ежегодно по российской части международного туристского маршрута «Голубая дорога» через МАПП «Вяртсиля – Нийрала» проезжает до 900 тыс. пассажиров. После ввода нового участка высокого класса Леппясилта – Ю. Леметти – Колатсельга – Ведлозеро число проезжающих на Петрозаводск возросло.

Между тем, на перегоне от Гостраницы до столицы Северного Приладожья практически нет обустроенных памятников природы, истории, археологии и архитектуры кроме трех – железнодорожный вокзал в п. Вяртсиля, каскад водопадов на р. Тохма и «Мраморные ломки Рускеала XVIII-XX вв.».

4. Основные этапы развития проекта ГПР и обустройства памятника

- Создание научно-организационной основы приспособления объекта.
- Оформление разрешительной документации, в т.ч. договора аренды земли на первый этап и объект работ.

- Разработка и осуществление проекта Генерального плана 1-го этапа создания туристского объекта «Горный парк РУСКЕАЛА».

- Проект предусматривал в течение 1-го этапа (2004/2005 гг.): ландшафтное планирование территории и объема Мраморного каньона в 6 га, обустройство пешеходной тропы (1300 м) вокруг объекта с прокладыванием дорожек с отсыпкой мраморным отсевом; устройство металлических ограждений на смотровых площадках 1–9, устройство металлического ограждения вокруг створа шахты, сооружение деревянных/металлических лестниц и мостков в местах неудобного прохода и на подъемах и др. Все намеченные мероприятия выполнены.

- Второй этап обустройства, разработанный в 2007 г., и осуществляемый за период до 2012/2013 гг., включает в себя: проектно-организационные работы (в стадии исполнения), подготовку и получение разрешительной документации на новые участки землепользования (выполнено, новые территории – 6 га), проведение ремонтно-восстановительных работ в двух зданиях АТК-б для создания стационарного административного помещения, склада хранения оборудования, визит-центра для туристов), устройство зон рекреации на карьере № 2 (Монферрановский) и зон отдыха с элементами из натурального камня, дерева и металла.

- Третий этап развития объекта начнется с осени 2013 г. Его основные направления: развитие инфраструктуры, повышение степени благоустройства ГПР, расширение пакета туристских услуг, увеличение использования и привлечение в работе объекта жителей п. Рускеала и др.

При проведении работ на всех этапах предусматривается организация мониторинга за состоянием окружающей среды, изучение влияния на нее деятельности как самого ГПР, так и пребывания посетителей, организация превентивных мер (охрана, постоянный надзор и контроль) по физической, экологической, санитарной и гигиенической безопасности и т.д., привлечение жителей п. Рускеала к осуществлению мероприятий – как на добровольной, так и договорной основе, установка ограничений и частичный запрет на несанкционированные экстремальные формы отдыха и/или активного антропогенного влияния на экологическое состояние парка, привлечение к мероприятиям в период активной деятельности ГПР Комитет по охране природы г. Сортавала,

¹ Институт геологии Карельского научного центра РАН, рук. проектного исследования «Геологические и природные памятники РК» В.В. Макарихин, финансирование – грант РФФИ.

карельских и приладожских «зеленых», Рускеальского лесхоза, Ассоциации турфирм Приладожья, и др. представителей государственных и общественных организаций.

5. Варианты альтернативного использования объекта в хозяйственных целях

Производственное использование запасов месторождения «Рускеала 1», расположенных около и вокруг «старого финского карьера», в настоящее время требует чрезвычайных затрат, и соответственно, нерентабельно². К тому же, аналогичное производство, ориентированное на изготовление гравия, щебня, отсева существует на месторождении «Рускеала 2», осуществляемое АО «Рускеальский мрамор», которое с каждым годом утрачивает свои позиции.

Кроме того, производственное разрушение любым хозяйствующим субъектом официально признанного памятника истории и культуры – прямое нарушение Закона РФ «О культурном наследии», что, разумеется, недопустимо.

Наиболее рациональным и разумным, на наш взгляд, будет использование уникального места как туристского объекта.

6. Информирование общественности и изложение мнений официальных и неформальных организаций по проблемам создания ГПР

Весь период работы над проектом создания ГПР, все его стадии и промежуточные итоги в той или иной мере координировались с официальными лицами, научными и общественными организациями. Концепция создания ГПР, ход этапов ее реализации обсуждались в целом, одобрены на совещаниях у руководителей мэрии Сортавалы последних десяти лет, у специалистов Института геологии КарНЦ, в Управлении по природным ресурсам и недропользованию РК, центре по государственной охране памятников культурного наследия, Региональном музее Северного Приладожья, Управлении Министерства экономики РК по туризму и других заинтересованных организациях.

Информирование общественности о памятнике регулярно освящается в средствах массовой информации. Неоднократно в 2005-2010 гг. в «Мраморный каньон» для представителей общественности, Министерства культуры РК, местных и республиканских СМИ, официальных лиц Сортавалы, депутатов городского Совета были организованы выезды с представлением реальных шагов, планов и результатов их осуществления по освоению объекта. Снят телевизионный сюжет ГТРК «Карелия» о рускеальском проекте, состоялись радиопередачи, опубликованы ряд статей в местной и республиканской прессе.

7. Некоторые итоги пяти лет активной работы

ГПР посетили более 53 тыс. чел., всепогодный и всепогодный принцип работы обусловил достаточно высокую рентабельность предприятия. Парк полностью с 2009 г. окупает затраты и расходы на себя, чистый доход за один летний месяц достигает почти миллиона рублей.

Популярность новой туристской достопримечательности Карелии растет с каждым годом. На его территории снято два художественных фильма, телевизионные очерки в 15-20 мин. (не считая новостных сюжетов) демонстрировались по телеканалам «Культура», РТР, «Россия 2», «5 канал» и другим. По мнению государственных органов управления туризмом РК, Горный парк занимает третье место по посещаемости и степени популярности у российских туристов – после Кижей и Валаама.

Основные выводы десятилетней работы от идеи создания до сдачи объекта и его продвижения:

1. Обустройство объекта туристского интереса почти автоматически влечет за собой и привлечение инвестиций в создание новых объектов инфраструктуры обслуживания путешествующих (размещение, питание, услуги). *Меньшие* в финансовом отношении усилия, затраченные на вовлекаемый в оборот памятник (по сравнению со строительством, к примеру, гостиниц), в конечном счете активно стимулируют *большие* финансовые влияния в общее развитие региона и микрорегионов.

2. Создание новых фрагментов туристского интереса дает определенный и конкретный толчок социальному развитию – от организации новых рабочих мест до позитивного влияния на морально-психологическое состояние местных социумов.

3. Обустройство природного и/или исторического памятника, ввод его в сферу туристского бизнеса играет значительную роль в создании/повышении положительного бренда территории; позитивные последствия этого процесса очевидны и в объяснениях не нуждаются.

4. Осуществление таких проектов желательно реализовывать в форме ГЧП.

² Работы ученых Института геологии КарНЦ РАН К.И. Хейсконен, В.В. Макарихин, В.Я. Горьковец, В.А. Аминов и др.

КУЛЬТУРНО-ИСТРИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ РЕСПУБЛИКИ КАРЕЛИЯ

(по материалам доклада)

В статье показан потенциал культурно-исторического наследия Республики Карелия для культурного туризма. Приведены примеры положительных практик использования объектов культурного наследия в туризме. Отражена роль документов территориального планирования в социально-экономическом развитии региона на основе туризма с вовлечением объектов культурно-исторического наследия.

Dybin V.A. The Cultural-Historical Heritage of the Republic of Karelia (the materials of presentation)

The potential of the cultural-historical heritage of the Republic of Karelia for the cultural tourism is shown in the article. There are examples of the positive practice of the sphere of use of the cultural heritage sites in the tourism in the article as well. The role of documents of the territorial planning for the socio-economic development of a region based on tourism with involving the cultural-historical heritage sites is exposed.

Сегодня невозможно представить развитие туризма в Республике Карелия без включения в этот процесс культурного и исторического наследия.

В настоящее время на государственном учете в Республике Карелия состоит 4500 единичных объектов культурного наследия, 160 исторических поселений, 18 историко-культурных территорий.

Историко-культурный ареал республики различен в зависимости от географического расположения памятников истории и культуры.

Северная часть Карелии примечательна тем, что здесь обнаружены такие памятники археологии, как петроглифы – выбивки на скалах древнего человека. Широко представлена карельская и поморская культуры, их граница проходит по территории исторического поселения Панозеро.

Петроглифы с расположенными близ стоянками первобытных людей в низовье р. Выг и Беломорском районе широко известны. Петроглифов насчитывается около 2000, они отличаются многоплановостью и сюжетностью изображений. Среди североамериканских наскальных изображений наскальные петроглифы Карелии занимают особое положение и пользуются заслуженной популярностью у туристов.

Ученые Карельского научного центра РАН совместно с иностранными специалистами провели детальное изучение Беломорских петроглифов, в том числе выполнена часть благоустройства территории, где расположены наскальные рисунки.

Однако уже много лет закрыт для туристов павильон «Бесовы следки» над одноименной группой петроглифов из-за его аварийного состояния. Проектно-сметная документация по проекту ремонта павильона разработана, и проект должен быть включен в республиканскую адресную инвестиционную программу.

На восточном побережье Онежского озера в Пудожском районе также имеется комплекс петроглифов (около 1150 изображений) расположенный на береговой линии озера на протяжении 20 км. В целях сохранения этих петроглифов требуется обязательное регулирование туристской деятельности.

На о. Русский и Немецкий Кузов в Белом море (Кемский район) особый интерес представляют культовые памятники археологии, особенно два крупных культовых святилища древних саамов. Святилища расположены на вершинах островов, общее количество различных каменных сложений до 700. Подобных крупных культовых комплексов за рубежом нет. Эти острова находятся на водном пути от г. Кеми к Соловецким островам и включены в туристский показ, что требует регулирование туризма в целях сохранения данных объектов культурного наследия.

Интересны памятники, связанные с созданием всемирно известного карело-финского эпоса «Калевала», расположенные на территории Калевальского района и Костомукшского городского округа. Здесь находятся дома, могилы, памятные места, связанные с жизнью и творчеством рунопевцев и путешествиями собирателей рун. На протяжении многих лет фонд «Юменкекко» из Финляндии занимается организацией культурного туризма.

На территории Беломорья сохранилось много построек, отражающих культуру помор. В г. Кеми сохранился памятник русской архитектуры деревянного зодчества Успенский собор, построенный в начале XVIII в. на высоком берегу Леп-острова и представляет собой многообъемный храмовый комплекс. В настоящее время стоит задача подготовки и начала его реставрации методом разборки здания.

В г. Кеми завершаются работы по восстановлению Благовещенского собора. Он должен стать объектом туристического показа наравне с Успенским собором. При этом необходимо обратить внимание на здание Кемского районного краеведческого музея «Поморье», которое также является объектом культурного наследия.

В Беломорском районе заслуживает внимания деревянная церковь Петра и Павла в с. Вирма (1696 г.), являющаяся примером редкого для Карелии типа культовых сооружений, бытовавшего в основном, на побережье Белого моря и в бассейне р. Онеги.

В центральной части Карелии сохранилась культура карел и русских. Например, северная часть Медвежьегорского района представлена культурой сегозерских карел, а в южной (Заонежский полуостров), культурой русских, где расположен известный объект Всемирного наследия ЮНЕСКО архитектурный ансамбль Кижского погоста.

В г. Кондопоге находится деревянная шатровая Успенская церковь, памятник архитектуры XVIII в. (высота 42 м), которая активно используется в качестве объекта туристского показа.

Среди памятников истории общероссийского значения – первый русский курорт «Марциальные воды». Указ о его открытии был подписан Петром I в 1719 г. На территории комплекса сохранилась церковь петровского времени, действует музей. Музейный комплекс пользуется популярностью среди туристов. К сожалению, в настоящее время приостановлены реставрационные работы по двум павильонам над источниками. Требуется ремонт кровли на церкви, построенной по проекту Петра I, а также полный комплекс реставрационных работ музея, находящегося в аварийном состоянии.

Юг Карелии наиболее выразителен памятниками народного деревянного зодчества. Это церкви, часовни, жилые дома и хозяйственные постройки, различающиеся по типам, объему и декоративному оформлению.

Карельские деревни здесь можно рассматривать, как жемчужины сохранившейся старины и быта различных этнических групп (карел и вепсов), которые могут стать центрами притяжения туристов.

В Карелии 5 исторических городов – Петрозаводск, Олонец, Сортавала, Кемь и Пудож, обладающих значительной историко-культурной ценностью планировки и застройки и имеющих богатую историю.

Своеобразна и интересна история каждого исторического города, и хотя они отличаются характером застройки, планировочной структурой, природным окружением, объединяет их то, что по уровню сохранности исторического облика они достойны присвоенного статуса.

Среди исторических городов особенно выделяется г. Сортавала, городская застройка XIX-XX вв. которой является образцом финской архитектуры.

На Валаамском архипелаге в Ладожском озере расположен Валаамский Спасо-Преображенский монастырь. Архитектурно-ландшафтный комплекс монастыря, интереснейшее явление отечественной культуры на севере России. В составе комплекса: центральная усадьба с культовыми и хозяйственными постройками, малыми архитектурными формами, инженерными сооружениями, ряд скитов, кладбище, фермы, мосты, каналы. Общая площадь комплекса 36 кв. км.

Историко-культурное наследие рассматривается как неотъемлемая часть окружающей среды, в которой проживает человек. При этом памятники как объекты культуры и туризма несомненно имеют международное значение для культурных связей и обменов.

В последние годы поиск путей экономического развития республики проявил внимание к памятникам истории и культуры как одному из его ресурсов.

Исследования в этой области показали, что историко-культурный потенциал республики, учитывая большую ценность и зрелищность памятников с их природно-ландшафтным окружением, может и должен учитываться при планировании развития территории. При этом должны учитываться основные принципы устойчивого развития – создание благоприятных условий проживания населения, ограничение вредного воздействия хозяйственной деятельности на окружающую природную среду, рациональное использование территории.

Деревенский туризм как перспективный вид туризма, и для нас это важно, неразрывно связан с сохранением памятников и традиционной культуры местного населения, которое непосредственно становится участником данной деятельности. Примером грамотного ведения малого туристического бизнеса служит д. Кинерма в Пряжинском районе и д. Большая Сельга в Олонецком районе, где сохранились историческая планировка и застройка, которая активно развивается. Нельзя обойти вниманием и историческую д. Пяльму, в которой силами местного сообщества сохраняется исторический облик деревни. Проводится активный прием туристов.

Интересен был в этом отношении международный проект, организованный «Ассоциацией международного туристического маршрута «Голубая дорога» и губернией Вестерботтен в Швеции. Маршрут проходил от Мо-и-Рана в Норвегии, далее через Швецию, Финляндию и Карелию. Были выявлены и рассмотрены культурные и природные туристические ресурсы на карельском участке от границы с Финляндией (Вяртсиля – Петрозаводск – Пудож).

Примером удачного развития туризма является Горный парк «Рускеала» с мраморным каньоном, единственный в своем роде комплексный памятник природы и истории горного дела.

В Карелии использование памятников истории и культуры имеет место и при планировании развития особо охраняемых природных территорий (ООПТ). Можно особо выделить «Водлозерский национальный парк», где активно занимаются вопросами сохранения и использования памятников. Таким образом, включение памятников в хозяйственную деятельность ООПТ дает дополнительные рабочие места местному населению и позитивно влияет на сохранение природной среды.

С целью вовлечения культуры в процесс социальных и экономических преобразований в качестве одного из основных элементов развития Республики Карелия в Концепцию социально-экономического развития Республики Карелия включен раздел «Культура, сохранение и развитие её ценностей».

Основными задачами данного раздела являются:

- сохранение и развитие культуры народов России, проживающих в Республике Карелия, включая язык, религию, народное творчество, памятники истории и культуры, профессиональное искусство;
- поддержка и развитие народных промыслов и ремесел;
- использование культурного наследия в социально-экономическом развитии республики;
- развитие культурного туризма, инфраструктуры сферы культуры;
- внедрение альтернативных форм культурного обслуживания населения республики в практику работы учреждений культуры;
- использование ресурсов культуры в целях образования и воспитания детей и молодежи, формирования у них позитивного мировоззрения и здорового образа жизни.

В соответствии с требованиями Градостроительного кодекса РФ в 2007 г. завершена разработка Схемы территориального планирования Республики Карелия, определяющая политику развития Карелии до 2025 г., состоящая её утверждение.

На основании Схемы территориального планирования Республики Карелия по заказу Министерства экономического развития Республики Карелия разработана Генеральная схема размещения объектов и инфраструктуры туризма в Республике Карелия. В соответствии с указанной схемой на территории Карелии определены 12 туристических зон с определенной туристско-рекреационной специализацией, высокой концентрацией туристского потенциала, являющихся центром притяжения туристов. В рамках туристских зон может действовать особый режим осуществления предпринимательской деятельности. Таким образом, можно констатировать, что в Республике Карелия определены туристские дестинации, в формировании услуг которых население будет участвовать.

Вместе с тем в настоящее время объекты культурного наследия республики не в полной мере включены в систему социально-экономического развития.

По нашему мнению, при разработке схем территориального планирования субъектов РФ и муниципальных образований городских округов и муниципальных районов, генеральных планов – поселений, предусмотренной Градостроительным кодексом РФ, в большей степени лишь констатируется наличие объектов культурного наследия и не учитывается их значительный потенциал для экономического развития и национальной безопасности. Эти объекты не принимаются во внимание как историко-культурная среда обитания человека, необходимая для нравственного развития общества.

В заключение, следует отметить, что Министерство культуры Республики Карелия заинтересовано в развитии культурного туризма. Мы готовы к диалогу с туристскими организациями по использованию объектов культурного наследия, определению работ по реставрации объектов и благоустройству их территории, деятельности наших музеев. Необходима координированная работа по развитию туристической инфраструктуры на исторических территориях объектов культурного наследия между различными ведомствами и организациями, органами государственной власти и органами местного самоуправления.

УДК 338.482:316

Егоров В.К.

КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ФУНКЦИИ ТУРИЗМА

Исторически туризм сложился по мере развития человечества в результате высвобождения времени и средств для удовлетворения потребностей, выходящих за рамки простого физического выживания. Массовый характер и креативный потенциал туризма позволяет с его помощью решать задачи повышения общемировой культуры путём содействия межкультурным, межцивилизационным связям, а также поддерживать национальную самоидентификацию. Как важная сфера социальной активности туризм всё больше становится объектом научного освоения. Одним из его основных результатов является вывод, что туризм имеет все признаки экономической и нравственной категорий.

Egorov V.K. The Cultural-Historical Aspects of the Social Function of Tourism

Historically, the tourism has formed with development of the humanity because of appearance of free time and material resources for satisfaction of needs overstepping the limits of the simple physical survival. The mass character and the creative potential of tourism allow solving problems of increase of the world culture by means of assistance to inter-cultural, inter-civilized relations, and allow supporting the national self-identification. The tourism as the sphere of social activity has become an object of the scientific developing. One of its main results is a conclusion that the tourism has all the features of economic and moral categories.

В попытках понять суть туристского феномена вспомнилось пушкинское:

*Им овладело беспокойство,
Охота к перемене мест
(Весьма мучительное свойство,
Немногих добровольный крест)*

В этом изящном парадоксе *охота* (желание) предстало мучительным свойством, добровольным крестом путешественника. Становилось очевидным, что, несмотря на все тяготы путешествий в первой половине XIX в. «перемена мест» уже тогда стала для тех, кто был свободен от необходимости все свои усилия тратить на обеспечение своего физического выживания, самоценной потребностью. Потребностью насыщения своего воображения, удовлетворения разнообразных интересов, включая интересы духовные.

К пушкинскому периоду представители уже третьего поколения привилегированного сословия, пользуясь правами, дарованными «Манифестом о вольности дворянской» 1762 г., могли свободно перемещаться, в том числе, за пределы России. В первой половине XIX в. поездки за границу были уже не просто модой, но и отличительным, сословным признаком дворянства, обычаем. Круг интересов путешественников при этом со временем расширялся, а сами интересы становились всё более разнообразными. Лечение на водах, светская жизнь в условиях заграницы, учёба в университетах, исторические изыскания и другие научные занятия – всё это и многое другое являлось содержанием социального феномена, который со временем получил название туризма.

Перемещение людей не было односторонним. С конца XVIII в. в Россию потянулось множество иностранцев, преимущественно из стран Европы. Большинство из них прибывали в нашу страну «для ловли счастья и чинов», но немало было и тех, кто как Паллас, Гумбольдт, Кюстин, Дюма и многие другие путешествовали по нашей стране, имея научные, культурные, в широком смысле познавательные цели. С полным основанием можно утверждать, что таким вот образом и появились ростки международного туризма.

Развиваясь, усложняясь, вовлекая всё большее и большее число адептов, туризм превратился в конечном итоге в особую форму общественной активности, непротиворечиво сочетающей в себе социально-экономические, национально - психологические, культурно-исторические и др. аспекты. Вполне естественно, что туризм как сложное, масштабное и динамичное явление, имеющее огромное общественное значение не мог не стать объектом научного интереса, его научного освоения. И, конечно же, одним из первых шагов в этом направлении была и остаётся систематизация объектов изучения.

Как известно, типологизация объектов изучения в исследованиях социальных проблем выстраивается согласно концептуальной установке исследователя и в силу этого, как правило, не обретает канонической формы, постоянно изменяясь и дополняясь. Проблема туризма в этом смысле не только не исключение, но является, пожалуй, одной из наименее освоенных теоретически, по меньшей мере, в нашей социальной науке. Это утверждение может показаться не совсем обоснованным, так как уже при первой попытке приступить к туристической проблематике видишь сотни и тысячи публикаций, обзоров, периодических изданий, трудов отдельных исследователей и научных коллективов.

Российские учёные и практики плодотворно сотрудничают со Всемирной туристской организацией, Международной ассоциацией научных экспертов по туризму, Ассоциацией ведущих европейских школ гостеприимства и т.д. Международное сотрудничество непосредственно или опосредованно осуществляется под эгидой ЮНЕСКО, основной целью которой является, как известно, содействие укреплению мира и безопасности путём расширения сотрудничества народов в области образования, науки и культуры. Культурный туризм – вопрос, который предполагается затронуть в данной работе, напрямую способствует решению этой основной цели ЮНЕСКО.

В типологии туризма в настоящее время культурный туризм занимает важнейшее место, хотя ни в основном международном правовом акте – Хартии туризма, принятой в 1985 г. на Генеральной ассамблее Всемирной туристской организации, ни в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» 1996 г., понятия «культурный туризм» не содержится. Это обстоятельство, однако, не препятствует тому, чтобы, следуя не букве, а духу этих документов, использовать их в качестве важных источников в научных исследованиях культурного туризма. Наиболее полно этот дух выражен в Манильской декларации по мировому туризму от 10 октября 1980 г.

В преамбуле этой декларации в числе прочего провозглашается: «Туризм понимается как деятельность, имеющая важное значение в жизни народов в силу непосредственного воздействия на социальную, культурную, образовательную и экономическую области жизни государств и их международных отношений... Само существование туризма и его развитие полностью зависят от обеспечения прочного мира, в укреплении которого он призван внести свой вклад... В рамках международных связей и в стремлении к миру, основанному на справедливости и уважении чайний отдельных личностей и общества в целом, туризм выступает в качестве положительного и постоянного фактора, содействующего взаимному познанию и пониманию, а также в качестве основы для достижения более высокого уровня уважения и доверия между всеми народами мира».

Особое значение для понимания сути туристского феномена имеет изложенное в декларации положение о том, что «При практике туризма духовные ценности должны преобладать над элементами материального и технического характера». Такими основными духовными ценностями являются следующие:

- а) полное и гармоничное развитие человеческой личности;
- б) постоянно возрастающий познавательный и воспитательный вклад;
- в) равные права в определении своей судьбы;
- г) освобождение человека, уважение его достоинства и индивидуальности;

д) признание самобытности и уважение моральных ценностей народов.

Как представляется, эти основополагающие принципы туристской деятельности наиболее полно ответственны именно культурному туризму и, следовательно, вполне приложимы к выстраиванию оригинальной типологии или же к сравнительной оценке уже существующих.

В различных публикациях культурный туризм наряду со спортивным, оздоровительным, профессионально-деловым, научным и т.д. принимается как один из видов, имеющих свою внутреннюю типологию – подвиды. Таковыми являются: туризм культурно-исторический, культурно-событийный, культурно-религиозный, культурно-археологический, культурно-этнографический, культурно-этнический, культурно-антропологический, культурно-экологический и другие. Нетрудно заметить, что выделение отдельных подвидов достаточно условно, поскольку чаще всего акции культурного туризма имеют комплексный, смешанный характер. Допустимая же степень условности необходима для структурного анализа явления культурного туризма, что может послужить основанием для дискуссий.

Одним из наиболее дискуссионных является вопрос о туризме в религиозных целях. Понятие туризма как «временных выездов (путешествий) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, *религиозных* и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания», содержащееся в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» 1996 г. и регулирование посредством этого закона паломничества, вызвали полемику с участием представителей Русской православной церкви.

В бытность главой Отдела внешних сношений Московского патриархата митрополит Кирилл заявлял, что «туристические фирмы не способны обеспечить все необходимые особенности паломнической поездки, передать дух паломничества, которое есть не просто знакомство с теми или иными культурными объектами, а религиозный акт, как молитва и пост». По его мнению, очень важным представляется законодательное отделение паломничества от туризма, «являющегося, по сути, коммерцией».

Разводя понятия *паломничество* и *туризм*, представители РПЦ ищут компромиссные формы их соотношения. В сравнительно недавней интернет-статье «Паломничество или туризм?» епископ Егорьевский Марк писал: «Туризм – это путешествие с познавательными целями. Одним из популярных видов туризма является *религиозный туризм*. Главное в этом туризме – знакомство с историей святых мест, жизнью святых, архитектурой, церковным искусством. Обо всём этом рассказывается на экскурсии, которая является для туриста самым главным элементом путешествия. *Экскурсия может быть также частью и паломничества, но только не главной обязательной, а вспомогательной.* Главное в паломничестве – это молитва, богослужение и религиозное поклонение святыням. Православное паломничество – часть религиозной жизни каждого верующего человека». Подобная позиция, как представляется, демонстрируя принципиальное, сущностное различие паломничества и туризма, содержит в то же время необходимые элементы взаимопонимания и толерантности.

Переживаемый нашим обществом период характеризуется достаточно высоким уровнем социальной напряжённости, в которой религиозный фактор занимает не последнее место. В многоконфессиональной, но светской стране с большим количеством людей, исповедующих светскую этику, правильное, взвешенное соотношение и осуществление религиозного туризма и паломничества способно внести немалый вклад в противодействие ксенофобии и нетерпимости, в установление гармоничных общественных отношений. В то же время избыточная клерикализация (что нередко случается у нас) истории нашей страны при организации и осуществлении культурно-исторической туристической деятельности способно лишь повысить социальную напряжённость.

Подробное раскрытие обозначенных выше подвидов культурного туризма не входит в формат настоящей работы, так как каждый из них (подвидов) может быть предметом отдельного исследования. Представляя собой один из элементов авторской установки, этот тезис позволяет ограничиться некоторыми наиболее общими подходами к рассматриваемой теме. Одним из таких подходов является оценка роли туризма в сохранении культурно – исторического наследия, которое в сугубо утилитарном смысле является основным продуктом культурного туризма. В этом смысле культурный туризм представляет собой коммерческое предприятие, решающее экономические проблемы согласно экономическим же законам.

И всё же, хотя экономический аспект во многом определяет социальную функцию туризма, его влияние ограничено спецификой объектов культурного туризма, их внеэкономической ценностью, имеющей зачастую общечеловеческое значение. Уместно назвать по меньшей мере три обоснования этого тезиса:

Во-первых, потребление данного турпродукта не может не учитывать, что культурно-историческое наследие, представляющее совокупность как артефактов (памятники архитектуры, живописи и скульптуры, техники, искусственные ландшафты и т.д.), так и нематериальные творения (литература, устное народное творчество, фольклорные традиции и обычаи, музыка и т.п.), имея выраженный национальный характер, является, в то же время, достоянием всего человечества и в этом качестве должно быть передано следующим поколениям.

Во-вторых, культурное наследие вместе с вырастающей из неё современной культурой является основой самоидентификации народа и государства, сплочения нации, сохранения и поддержания её самобытности в условиях гомогенизирующего влияния глобализационных процессов в мире. Культурное наследие в этом контексте вместе с уникальным природным многообразием нашей страны представляют собой явленную вовне одну из базовых ценностей человека – Родину. Стоит отметить, что самоценность этого сочетания с национально-психологической точки зрения для наших граждан, в то же время позитивно влияет на экономический аспект культурного туризма, применительно прежде всего к въездному туризму. Иностранцев привлекает полиэтничность (свыше 120 этносов), поликультурность, богатая история, представленная многочисленными памятниками различных эпох, несравненное разнообразие природы).

В третьих, культурно-историческое наследие не имеет товарной формы, в силу чего сфера культурного туризма лишь отчасти может регулироваться рыночными законами. Наследие – это совокупность воистину уникальных творений, практически невозможных в случае их утраты в результате действия природных факторов, антропогенной нагрузки в результате чрезмерной или ненадлежащей эксплуатации, а то и откровенного вандализма. Из этого следует, что сфера культурного туризма не может и не должна функционировать без решения задач сохранения как культурно - исторического наследия, так и среды обитания человека, природы в целом.

Всё перечисленное выше свидетельствует о том, что при всей существующей и осязаемо растущей экономической эффективности и прибыльности культурного туризма его социальное значение невозможно оценить лишь мерками экономического рационализма. Более того, сохранение культурно-исторического наследия в ходе туристической деятельности сообщает туризму, понимаемому чаще всего как экономическая категория, все признаки нравственной, мировоззренческой категории. Это прямо следует из того, что культурный туризм способствует познанию культуры, её сохранению и осуществлению мирного, плодотворного цивилизационного взаимодействия различных культур и народов.

УДК 338.483.12(470.22)

Кодолова Т.А.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ РАЗРАБОТКИ ПЛАНА УПРАВЛЕНИЯ ОБЪЕКТОМ ВСЕМИРНОГО НАСЛЕДИЯ «КИЖСКИЙ ПОГОСТ» КАК ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕСТИНАЦИИ «КИЖИ»

В статье автор определяет методологические подходы к разработке Плана управления объектом Всемирного наследия «Кижский погост» как инструмента формирования историко-культурной дестинации «Кижжи» в зоне ареала влияния ОВН.

Kodolova T.A. The Methodological Approaches to Development of the Management Plan for the World Heritage Object «the Kizhi Pogost» as the Historical-Cultural Destination «Kizhi»

The author of the article specifies the methodological approaches to development of the management plan for the world heritage object «Kizhi Pogost» as an instrument of formation of the historical-cultural destination «Kizhi».

План управления объекта Всемирного наследия представляет собой комплексное планирование и концепцию деятельности, которые определяют цели и меры для защиты, сохранения, использования и развития объектов Всемирного наследия (ОВН). В соответствии с пересмотренным вариантом Руководства по выполнению Конвенции об охране Всемирного наследия от 1 февраля 2005 г. План управления (ПУ) является обязательным для объектов, включенных в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО¹.

В 1990 г. Решением 14-й сессии Комитета Всемирного наследия Архитектурный ансамбль Кижского погоста (Церковь Преображения Господня, 1714 г.; Церковь Покрова Пресвятой Богородицы, 1764 г.; Колокольня, 1862-1874 г.; Ограда Кижского погоста) обрел статус – объект Всемирного наследия «Кижский погост (Россия С 544)». Памятник деревянного зодчества был включен в Список Всемирного наследия как уникальное художественное достижение, созданное не только сочетанием двух многоглавых церквей и колокольни в единой ограде, но и тем, что необычно спроектированные, идеально пропорциональные деревянные постройки находятся в совершенной гармонии с окружающим ландшафтом, как выдающийся пример архитектурного ансамбля типичного для малонаселенных районов средневековых и пост-средневековых православных северных поселений, как исключительный пример традиционной деревянной архитектуры Карелии и в целом Севера России и финско-скандинавского региона, служащий иллюстрацией истории древней технологии, которая сохранила и передает среду образа жизни того времени.

¹ «Конвенции об охране Всемирного наследия» (1975 г.), «Руководство по выполнению Конвенции об охране Всемирного наследия» (2000 г.).

Однако по прошествию достаточного времени международные эксперты провели в Решение 34 Сессии Комитета Всемирного наследия² положение о рассмотрении в 2012 г. вопроса о включении ОВН «Кижский погост» в Список Всемирного наследия, находящегося под угрозой. Основной причиной такого заключения стала констатация относительно неэффективного управления ОВН, выражающегося:

- в наличии рисков разрушения ОВН;
- в отсутствии органа («государственного совета»), отвечающего за координацию деятельности различных заинтересованных сторон и учреждений, занимающихся общим управлением ОВН;
- в неопределенности границ ОВН и его буферной зоны;
- в том, что Генеральный план (ТЭО развития музея-заповедника «Кижский») по реконструкции и строительству капитальных объектов и объектов инфраструктуры на о. Кижский был разработан без учета п. 172 Руководства по выполнению Конвенции и не ориентирован на решение проблем ОВН;
- в неконтролируемой туристско-рекреационной нагрузке на ОВН;
- в снижении роли местного сообщества и других заинтересованных сторон в социально-экономических процессах, обуславливающих гармоничное комплексное развитие территории – месторасположения ОВН, и выступающего по отношению к местному населению в качестве градообразующего предприятия;
- в связи с отсутствием комплексного ПУ ОВН с механизмами оценки потребностей, ресурсов эффективности управления и ориентированного на культурные, природные, экономические, образовательные и другие социальные ценности.

Оказалось, что Всемирный почетный статус и историко-культурный бренд ОВН влекут за собой и ответственность за сохранение и устойчивое развитие ОВН на национальном уровне и требуют формирования государственной политики в отношении ОВН, подкрепленной соответствующим законодательством и финансовым обеспечением (РФ ратифицировала документы ЮНЕСКО относительно ОВН).

Таким образом, перед Федеральным государственным учреждением культуры «Государственный историко-архитектурный и этнографический музей-заповедник «Кижский», в оперативном управлении которого находится ОВН «Кижский погост», встала нетривиальная задача по разработке ПУ Кижским погостом. Сложность и необычность ПУ ОВН заключается в его оригинальности, так как двух аналогичных историко-культурных ОВН, характеризующихся индивидуальной Выдающейся Универсальной Ценностью не существует, да и подобные объекты расположены на территориях государств, имеющих различные уровни общественного и социально-экономического развития.

Комитет Всемирного наследия ЮНЕСКО разработал только основные положения, которыми необходимо руководствоваться при разработке ПУ ОВН³, поэтому, исследовав международную правовую базу и практику управления ОВН, проанализировав сложившуюся ситуацию с Архитектурным ансамблем Кижского погоста, было определено понятие ПУ. ПУ ОВН рассматривается нами как Инструмент управления ОВН («Кижский погост (Россия С 544)» с 2012 по 2022 гг.):

- основанный на стратегическом планировании;
- координирующий деятельность различных субъектов (ФГУК «Государственный историко-архитектурный и этнографический музей-заповедник «Кижский», местное сообщество, муниципальные, республиканские и федеральные органы власти, заинтересованные стороны, включая Спасо-Кижский приход Патриаршего подворья Русской православной церкви, коммерческие предприятия, общественные организации и творческие объединения), вовлеченных в процесс управления ОВН;
- обеспечивающий минимизацию рисков потери Выдающейся Универсальной Ценности ОВН или его разрушения и утраты;
- обеспечивающий оптимизацию процессов защиты, сохранения, использования и устойчивого развития ОВН и передачу его будущим поколениям.

Таким образом, разработка ПУ подразумевает создание инструмента планирования, который можно охарактеризовать как комплексный, обеспечивающий решение задач устойчивого развития ОВН и его территориального окружения (ареала влияния ОВН) и который включает:

- планирование развития ОВН в соответствии с оптимизацией процессов защиты, сохранения, использования, то есть минимизация рисков потери Выдающейся Универсальной Ценности, разрушения и утраты ОВН;
- планирование развития территории, т.е. развитие инфраструктуры жизнеобеспечения ОВН;
- планирование развития местного сообщества, т.е. выход из депрессивного социально-экономического состояния;
- планирование развития культурно-исторической дестинации, т.е. развитие туристского кластера (диверсификация туристского продукта на основе использования ОВН).

² 34 COM 7B.94 (Brazilia, 2010 г.); Отчет Совместной миссии Комитета Всемирного наследия – ИКОМОС на объект Всемирного наследия «Кижский погост», 2010, с. 25-27.

³ Руководство по выполнению Конвенции об охране Всемирного наследия (март 1999 г.), Действующее руководство по реализации Конвенции об охране Всемирного наследия (01.02.2005 г.).

В свою очередь комплексность и взаимообусловленность смысловых конструкций задач ПУ требует определенных методологических подходов для его разработки. Таковыми являются стратегическое планирование, Модель Деминга (Deming Cycle), проектный подход и управление проектами, когнитивный подход и коммуникативное планирование.

Стратегическое планирование позволит сочетать текущее и перспективное планирование с учетом ретроспективного развития, интегрировать план развития ОВН в систему муниципального, регионального и федерального пространственного планирования, сформировать систему мероприятий (проектов) основных модулей Плана, увязав их по срокам выполнения, источникам финансирования и механизмам реализации с указанием ответственных исполнителей, осуществлять мониторинг и корректировку плана.

Модель Деминга (Deming Cycle) позволит осуществлять постоянное улучшение Цикла «Plan-Do-Check-Act»⁴ в процессе управления ОВН. Данные четыре шага цикла управления процессом соответственно означают: планирование или пересмотр процессов, поддерживающих ИТ сервисы; внедрение Plan и управление процессами; изучение и измерение процессов и ИТ сервисов, сравнение с целями и получение отчетности; Plan и внедрение изменений для улучшения процессов.

Применение проектного подхода в управлении ОВН, как совокупность формализованных методов управления проектами (регламентация процедур управления проектами) позволит:

- более обоснованно определять цели и оптимально планировать деятельность;
- более полно учитывать проектные риски;
- оптимизировать использование имеющихся ресурсов на основе математических методов расчета временных, ресурсных, стоимостных параметров проектов и избегать конфликтных ситуаций;
- своевременно привлекать и проводить анализ эффективности инвестиций;
- контролировать исполнение составленного плана и обеспечение структуры контроля выполнения работ проектов (централизованное хранение информации по графику работ, ресурсам и стоимостям);
- анализировать фактические показатели и вносить своевременную коррекцию в ход работ (возможность быстрого анализа влияния изменений в графике, ресурсном обеспечении и финансировании на план проекта);
- обеспечивать контроль качества работ, а также управление и контроль поставок и контрактов проектной деятельности;
- накапливать, анализировать и использовать в дальнейшем опыт успешно реализованных новаций в проектах;
- осуществлять контроль и вовремя вносить коррективы в случае отклонений на основе оценки эффективности в системе проектного управления.

Однако в связи с изменчивостью внешней среды важно создание адаптивных механизмов стратегического уровня, то есть механизмов раннего выявления возможностей/угроз и их использования/нейтрализации. До начала работ часто неизвестно, что вообще предстоит сделать в области рационализации организационных изменений и других процессов. Поэтому возможно будет определена стратегия «детального планирования», при котором оно будет вестись только для следующего этапа по результатам предыдущего с учетом изменяющихся реалий внешней и внутренней среды. Таким образом, проекты становятся в значительной степени адаптивны по отношению к объекту планирования⁵.

Когнитивный подход. Процесс возникновения новых знаний имеет прямое отношение к восприятию вещей – мы узнаем о мире то, что воспринимаем. То есть, управление восприятием человека дает прямой путь влиять на те знания, которые он приобретает а, следовательно, мотивировать побудительную деятельность людей. Анализ и управление теми факторами, которые влияют на восприятие людей – суть когнитивных методов⁶. В процессе разработки ПУ ОВН носителями его реализации станут множество субъектов, связанных с управлением ОВН и заинтересованных в нем, которые в своей деятельности будут руководствоваться охраной и воспроизводством ОВН.

Коммуникативное планирование и планирование с соучастием⁷. Идея коммуникативного планирования заключается в вовлечении в коммуникацию по поводу разрабатываемого ПУ всех заинтересованных людей (обмен мнениями). За счет этого при разработке ПУ будут использованы знания большого количества людей, так же будут учитываться и их интересы. Коммуникативное планирование получает новое развитие за счет использования сети Интернет, а в нашем случае геоинформационной системы с использованием интернет-технологий.

Представленные выше методологические подходы позволят разработать ПУ ОВН с учетом основных пяти модулей рекомендуемых Руководством Комитета Всемирного наследия ЮНЕСКО:

- законодательные, нормативные и договорные меры по сохранению;

⁴ <http://www.klubok.net/pageid422.html>

⁵ http://bigc.ru/publications/other/restruct/proekt_podhod.php

⁶ <http://www.metaphor.ru/er/blog/058.xml>

⁷ <http://www.iwantto.org/neurosoc/teoriya-neirosotsa>

- границы для эффективной защиты;
- буферные зоны;
- системы управления;
- устойчивое использование.

Следует заметить, что устойчивое использование ОВН непосредственно связано с такой деятельностью как туризм. Международный опыт показывает, что на рынке туризма в целом и культурного туризма в частности конкурируют не отдельные объекты, а комплексные продукты.

В комплексный туристский продукт входят не только собственно ОВН как объект показа, но и его «тематическая наполненность», которая имманентна самоидентичности культуре местного сообщества. Комплексный продукт также включает компоненты, которые непосредственно связаны с развитием территории ареала влияния ОВН и созданием спроса на широкий спектр услуг, обеспечивая, таким образом, возможности для развития местного сообщества, к ним относятся:

- развитая туристическая инфраструктура (средства размещения, питания, транспорт для перевозки туристов) и профессиональное обслуживание;
- наличие информационных (например, глобальных информационных систем) и коммуникационных систем;
- наличие транспортной инфраструктуры, обеспечивающей удобный доступ к ОВН;
- наличие оборудованных экскурсионных маршрутов и безопасность, высокий уровень экскурсионного обслуживания;
- наличие квалифицированных кадров, которые обладают широким кругом знаний и развитыми навыками коммуникаций, позволяющими сделать посещение ОВН туристами максимально увлекательным и познавательным мероприятием;
- наличие возможности предоставления различных услуг потребителям, а также приобретения качественной и разнообразной сувенирной продукции в цивилизованных местах продажи или в процессе участия в мероприятиях, как сценарных этапах.

Для туриста также важна и еще одна составляющая туристского продукта, это его стоимость. Практика международного туризма обнаруживает тенденцию максимального удовлетворения потребителей туристского продукта любой категории платежеспособности в уже сформированных территориально и развитых дестинациях (имеющих в наличии все компоненты комплексного туристского продукта, а также возможность местного населения пользоваться ими).

В нашем случае разработка ПУ ОВН «Кижский погост» предоставляет уникальную возможность по проектированию и реализации проекта «Кижж» – формированию историко-культурной дестинации с наличием диверсифицированного пакета комплексных туристских продуктов на базе использования Кижского погоста (в том числе бренда ОВН) с учетом обременений по сохранению его Выдающейся Универсальной Ценности как ОВН.

ПУ ОВН «Кижский погост» будет содержать раздел (часть четвертая) «Стратегия развития историко-культурной дестинации «Кижж».

В рамках данного раздела будет представлено:

1. Модель Р.В. Батлера как основа принятия стратегических решений для планирования туристского освоения и развития территории. Этапы эволюции туристского центра «Кижж» и управление жизненным циклом данной дестинации.
2. Формы и методы управления развитием историко-культурной дестинации «Кижж» (в том числе система согласований и мониторинга).
3. Развитие туризма в ареале влияния ОВН «Кижский погост». Формирование туристского кластера (диверсификация туристского продукта на основе рационального использования ОВН и его охраны и сохранения), комплекс мероприятий.
4. Развитие местного сообщества в ареале влияния ОВН «Кижский погост», комплекс мероприятий;
5. Развитие территории в ареале влияния ОВН «Кижский погост» (инфраструктура и др.), комплекс мероприятий.

При разработке ПУ будут использованы современные методики исследования и обработки материалов, связанные с развитием ОВН: «Руководство по разработке Планов управления объектами Всемирного наследия в Германии», Роланд Бернекер; Методика. План управления объектом Мирового наследия. Определение/описание сторон, потенциально заинтересованных планом управления; Методика определения оценки эффективности управления ОВН, Финляндия (2010 г.) и др.

На наш взгляд, Проект ПУ получит положительную оценку Международного совета по памятникам и достопримечательным местам (ICOMOS) и Комитета Всемирного наследия ЮНЕСКО, если в разработке и согласовании ПУ будут принимать участие не только участники управления ОВН и заинтересованные организации и лица, международные эксперты Комитета Всемирного наследия ЮНЕСКО, но и эксперты Всемирной Организации Туризма ЮНЕСКО.

УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА

При управлении развитием территории необходимы современные инструменты и механизмы их реализации. В статье авторы доказывают данное положение на примере инструментария привлечения инвестиций в сферу культурного туризма.

Kodolova T.A., Mantere E.V. The Investment Processes Management in the Sphere of Cultural Tourism

The modern arrangements and mechanisms for their realization are necessary in the process of the territory development management. The author proves the given statement on the example of practice of the investments attracting into the sphere of cultural tourism.

Вопрос о конкурентных преимуществах территории становится в современных условиях для регионального управления не риторическим. Не секрет, чтобы особенности «превратились» в преимущества, необходимы некие условия для их реализации, которые создают среду для побуждения к действию субъектов экономической деятельности в какой-либо сфере. И именно региональное управление, используя современный инструментарий, во многом определяет и создает условия для конкурентной специализации региона¹. В последние десятилетия в мире данная тенденция проявляется относительно туризма, в России же она лишь только формируется.

Территориальное управление, проектируя развитие туризма, решает двуединую задачу: развитие туризма как вида экономической деятельности и занятости населения, а также развитие территории через создание современной инфраструктуры туризма и развитие смежных отраслей. При проектировании учитывается туристский потенциал территории, определяется его емкость, составляющие, даются оценки использования, определяется и степень влияния на развитие территории.

Одной из важных составляющих туристского потенциала российских регионов является культурно-историческое наследие. Именно культурно-историческое наследие определяет самобытность и неповторимость территориальных анклавов, уникальность традиций и обычаев, населяющих их народов, что в свою очередь служит базисом для развития одного из видов туризма – культурного туризма². В связи с этим перед государственным и муниципальным управлением стоит задача использования и воспроизводства культурно-исторического наследия как особого, экономически состоятельного, а на некоторых территориях как экономически определяющего фактора регионального развития.

Само понятие «культурное и историческое наследие» за последние годы претерпело методологическую трансформацию. В Национальном докладе, опубликованном по результатам Всемирной универсальной выставки «ЭКСПО – 2010», в современных подходах понятие определяется таким образом³:

– Комплексная охрана городских ландшафтов, включающая не только охрану выдающихся памятников наследия, но и объектов рядовой застройки, природных ландшафтов, исторически сложившихся путей и т.д., пришла на смену принципу охраны отдельных объектов, а охрана исторической застройки, отражающей образ жизни рядовых горожан, вытеснила принцип охраны только выдающихся памятников.

– В современных условиях охране подлежат не только памятники старины, но и памятники XX в., а также нематериальное наследие, включающее в себя традиции, жизненный уклад и соседства, сложившиеся в том или ином историческом месте.

– «Витализация» наследия опирается на активное участие местного населения в его сохранении и интеграции в социальную и экономическую жизнь города, а, следовательно, наследие становится неотъемлемым и обязательным элементом повседневной жизни города.

В этой связи пересмотр концепции системы охраны объектов культурного наследия (ОКН) в РФ, которая не соответствует современному социально-экономическому контексту, просто стал необходим.

Это необходимо и потому, что одним из стратегических национальных приоритетов РФ является сохранение памятников истории и культуры, значимость которого особенно возросла в связи с утратой многих исторических памятников вследствие нехватки государственных ресурсов для их охраны и поддержания в должном состоянии. Стало ясно, что без привлечения частного финансирования невозможно эффективное управление данным активом территории через вовлечение в экономический оборот, т.е. капитализация. Именно «культурная рента» как возможность использования культуры национальной специфики и наследия в

¹ Кодолова Т.А., Мантере Э.В., Конев И.П. Региональное инвестиционное проектирование как инструмент управления развитием территории // Проблемы региональной экономики. Труды Петрозаводского государственного университета. Серия: экономика. Вып. 8. – Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2007.

² http://pro-nasledie.blogspot.com/2009/03/blog-post_20.html

³ <http://www.rusdb.ru/gorod/expo-cultnasledie/culture/>

туризме, должна стать средством повышения конкурентоспособности территории ее прибыльным активом и одной из составляющих модернизации экономики российских регионов.

Рассмотрим на частном примере региональное управление данным активом. В Республике Карелия на государственном учете и охране состоит 4528 ОКН⁴, в т.ч. федерального значения – 163 (3,6 %), регионального значения – 2618 (57,8 %).

На территории республики выделяется 43 историко-культурных комплекса – группы разновременных объектов одного или нескольких видов, объединенных общей территорией или функциональным назначением; 161 историческое поселение – городские или сельские поселения, обладающие значительной историко-культурной ценностью планировки и застройки и имеющие длительную историю; 18 историко-культурных территорий – территории, где распространена культура одной из этнических групп, проживающих в Карелии, и где сохранилась традиционная система расселения.

Обладая столь значительным и уникальным историко-культурным потенциалом, республика практически его не использует, разве в какой-то степени что-то имеет и то в опосредованном виде от известных туристских объектов и брендов «Кижы» и «Валаам». Республика Карелия не имеет концепции или каких-либо других документов территориального и социально-экономического развития, где ОКН, в т.ч. музейные учреждения, рассматривались бы в качестве приоритетного экономического ресурса территории через развитие культурного туризма⁵.

В контексте обсуждаемого вопроса важно подчеркнуть, что в 2009 г. произошло существенное сокращение расходов бюджета Республики Карелия (на 35 % к уровню 2008 г.) на реализацию стратегической цели по созданию условий для ее устойчивого развития посредством сохранения и использования историко-культурного потенциала (табл. 1). Особенно это отразилось на тактической задаче по сохранению, использованию, популяризации и государственной охране ОКН – в 2009 г. финансирование мероприятий отсутствовало. В целом «культура» финансируется за счет бюджетных средств (РФ – 40,6 %; РК – 52,9 %; инвестиции бюджета РК – 1,5 %; дополнительные средства бюджета РК на проведение мероприятий и российского и республиканского значения – 0,4 %; доходы от предпринимательской и иной деятельности – 4,7 %), а инвестиционных вливаний со стороны частного сектора не происходит⁶.

Таблица 1

Расходы на сохранение, использование, популяризацию и государственную охрану ОКН в Республике Карелия в 2007-2009 гг.⁷

Наименование	Ед. изм.	2007	2008	2009	2009/2008
Всего расходов	млн руб.	21,5	32,8	21,3	65 % (-11,5)
Удельный вес в общем объеме расходов на культуру	%	4,3	5,1	3,2	

В результате полномочия по охране памятников в виду их значительной обременительности для регионального бюджета фактически не выполняются. Ситуацию усугубляет процесс приватизации ОКН, т.к. в ряде случаев новые собственники не соблюдают своих обязательств по отношению к приобретенным памятникам, что не способствует обеспечению их сохранности. В этой связи возникает необходимость поиска эффективных методов управления охраной и воспроизводством ОКН, которые позволят не только привлечь инвестиции для содержания и реставрации памятников, но и успешно интегрировать их в экономическую и социальную жизнь региона.

В мировой практике используются методы, как правило, связанные с различными способами привлечения инвестиций: приватизация, девелопмент ОКН, культурно-познавательный туризм, продажа «ауры» исторического и культурного наследия (табл. 2). При этом государство в развитых странах выступает в роли «менеджера наследия», занимающегося разработкой конкурентоспособных девелоперских и туристских продуктов, а также проектов регенерации с обеспечением сохранности подлинных памятников и рядовой исторической застройки с учетом интересов местных жителей и бизнеса и их реализацией⁸.

С точки зрения подходов территориального управления использование данных методов позволит разделить нагрузку по сохранению и воспроизводству историко-культурного наследия территории с инвесторами. Частные инвесторы за счет придания памятникам новых функций и приведения их к современным стандартам комфорта и функциональности вернут их к новой активной жизни социума и обеспечат для себя поступление достаточной прибыли. При этом построение успешного партнерства с частным бизнесом в области охраны культурного наследия необходимо выстраивать на введении и использовании различных стимулирующих мер, связанных с целевым назначением.

⁴ По состоянию на 01.10.2009 г., <http://monuments.karelia.ru/objects/stat.htm>

⁵ <http://www.gov.karelia.ru/gov/Power/Ministry/Culture/090427.html>

⁶ Аналитический отчет Министерства культуры и по связям с общественностью Республики Карелия за 2009 г., Петрозаводск, 2010.

⁷ Там же.

⁸ <http://www.rusdb.ru/gorod/expo-culnasledie/culture/>

Варианты капитализации ОКН⁹

Методы привлечения инвестиций	Достоинства	Недостатки	Способы стимулирования
Приватизация	Собственник принимает на себя обязательства по сохранению, использованию и популяризации ОКН.	В ряде случаев новые собственники не выполняют своих обязательств по отношению к приобретенным памятникам, что не способствует обеспечению их сохранности.	- Субсидирование расходов за счет бюджетных и внебюджетных источников (компенсация части затрат за ремонт, охрану, обеспечение доступа); - Стимулирование: предоставление льгот (по налогу на недвижимость), отсрочки по уплатам налогов, ускоренная амортизация, налоговые вычеты. Льготные кредиты, льготы по арендной плате, льготная ставка НДС и т.д. - В России – необходимо разделение федеральной и муниципальной собственности на ОКН
Девелопмент	- Оптимальен для регенерации районов рядовой исторической и промышленной застройки, которая сама по себе не является памятником истории и культуры. - «Историчность» здания или района в разы повышает рыночную стоимость недвижимости. - Возможность создания креативных кластеров.	- Наименее щадящий способ, влекущий за собой риск утраты подлинности ОКН. - Высокие затраты на реконструкцию стимулируют уничтожение ОКН.	- Развитие инструментов территориального планирования. - Поиск историчности территорий. - Социальная политика, стимулирующая развитие креативности среди резидентов территории.
Культурно-познавательный туризм Наиболее очевидный и традиционный способ.	- ОКН становятся территориальным брендом. - Предоставляет возможность создания привлекательных турпродуктов на основе «скромного культурного и исторического материала».	Незначительное количество ОКН мирового уровня.	- Развитие транспортной и туристической инфраструктуры. - Обеспечение достойного уровня комфортности для пребывания на территории.
Продажа «ауры» ОКН	- Использование близости памятников и «бренда» исторических районов. - Возможность для развития малых исторических городов.	Необходимость наличия крупной агломерации – «потребителя».	Повышение транспортной доступности за счет развития транспортной инфраструктуры

В Карелии примером привлечения частных инвестиций с использованием современных технологий является проект планируемой застройки территории Онежского тракторного завода с целью превращения ее в многофункциональный комплекс «Александровский Завод». Девелопером и инвестором проекта выступает петербургская компания «Охта Групп». Сроки реализации проекта – 5-7 лет, общая сумма инвестиций по предварительным оценкам составит более 100 млн евро. Предлагаемый проект не только позволит сохранить ценные архитектурные фрагменты завода и музей ОТЗ, но и спасти исторический центр города, развивая тему исторически сложившейся квартальной застройки с внутренними дворовыми пространствами.

На наш взгляд, наиболее эффективным механизмом управления, связанным с капитализацией ОКН, является механизм *государственно-частного партнерства* (ГЧП). ГЧП не только альтернатива прямому бюджетному финансированию, но и возможностью сохранить право государственной собственности на ОКН и, соответственно, контролировать соблюдение охранного законодательства. Исключение составляет приватизация как вариант привлечения инвестиций в ОКН, так как она по своей сути не может быть отнесена к проектам ГЧП, определяющим признаком которых является сохранение прав собственности на активы за государством.

Следует уточнить, что в нашем случае ГЧП рассматривается в следующих аспектах: мобилизация частного капитала и знаний для решения государственных задач в области сохранения ОКН; форма долгосрочного институционального и организационного альянса государства и бизнеса в сфере сохранения и использования ОКН; инструмент органов государственного управления по реализации социальных и инфраструктурных проектов в сферах сохранения и использования ОКН.

Для эффективного использования ГЧП необходимо соблюсти методологические принципы данного механизма с целью обеспечения конструктивно-синергетического взаимодействия партнеров в процессе реализации проектов ГЧП^{10,11}, а именно:

⁹ http://www.tpprf.ru/ru/news/about/index.php?id_12=30388

¹⁰ Городское управление: курс дистанционного обучения для стран с переходной экономикой [Электронный ресурс]. – Институт Всемирного банка, 2003. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

¹¹ Социальные цели развития регионов (формирование и механизм реализации). / Под ред. д.э.н. С.В. Кузнецова. – СПб.: ИПРЭ РАН, 2004. – 383 с.

- принцип интеграции – объединение усилий и возможностей каждой из сторон в решении общественно-значимых задач;
- принцип заинтересованности всех взаимодействующих сторон в поиске оптимальных вариантов решения поставленных задач;
- принцип конструктивного сотрудничества между партнерами в разрешении спорных вопросов;
- принцип поиска реалистичных решений;
- принцип толерантности сторон и принятия решений на основе консенсуса (альтернатива, отвечающая интересам всех участников);
- принцип легитимности взаимодействия партнеров – права, обязанности и риски, предусмотренные для каждой из сторон, должны быть четко определены;
- принцип контроля принятия решений, система которого согласуется сторонами.

В результате в процессе привлечения частного сектора к решению различных проблем, связанных с сохранением ОКН на основе механизма ГЧП, государство и бизнес получают определенные выгоды. Однако в сфере культуры существуют и риски такого партнерства (табл. 3).

Таблица 3

Выгоды и риски от использования механизмов ГЧП в сфере сохранения ОКН

Возможные выгоды	Возможные риски
<i>Для государственного сектора</i>	
<ul style="list-style-type: none"> - Привлечение инвестиций на содержание, реставрацию и реконструкцию памятников; - повышение качества управления ОКН; - сохранение контроля за соблюдением охранного законодательства в отношении ОКН; - сохранение контроля за объемом и качеством предоставляемых на основе ГЧП услуг; - ускоренная реализация проектов; - разделение рисков; - увеличение финансовых опций; - избежание капитального долга и утраты ОКН; - увеличение доходов госсектора; - интенсификация экономического развития; - развитие инфраструктуры ОКН, в т.ч. историко-культурных комплексов и т.д.; - инновационные решения; - лучшая реализация стоимости активов, вовлечение «мертвых» активов в экономический оборот, регенерация и интеграция культурно-исторического наследия; - развитие рынка культурных ценностей. 	<ul style="list-style-type: none"> - Потеря контроля со стороны государства; - снижение ответственности частного сектора в аспекте выполнения охранного законодательства; - возрастание расходов; - потеря рабочих мест; - дезинтеграция сервисных услуг; - ограниченная конкуренция; - снижение качества и эффективности услуг; - потеря контроля над проводимой политикой; - долгосрочные обязательства; - необъективный подход; - перераспределение активов; - потеря конфиденциальности информации.
<i>Для частного сектора</i>	
<ul style="list-style-type: none"> - Извлечение выгоды из оказания общественных услуг; - престижность; - возможность пользоваться специальными налоговыми льготами, преференциями; - использование возможностей туризма, как одного из самых прибыльных видов бизнеса. 	<ul style="list-style-type: none"> - Обременение обязательствами по сохранению, использованию и популяризации (обеспечению доступа) наследия; - инвестиционные риски; - несовершенство законодательной базы при реализации проектов ГЧП; - жесткие санкции при нарушении обязательств (вплоть до изъятия собственности).

Реализация партнерских отношений между государством и бизнесом имеет вариабельный характер в связи с различными формами взаимодействия. Поэтому для соблюдения принципа толерантности администрация органов госуправления необходимо идентифицировать проблемы, оценить, в какой степени та или иная форма участия частных фирм способна решить их, определить, насколько приемлема роль, функции и риски, присущие каждому из вариантов для них самих.

Основные формы ГЧП относительно объектов историко-культурного наследия, используемые в мировой практике, следующие: концессия (различные типы концессий); аренда (лизинг); доверительное управление; совместные предприятия^{12,13}. Рассмотрим их сравнительные характеристики (табл. 4).

¹² Государственно-частное партнерство: теория и практика / В.Г. Варнавский, А.В. Клименко, В.А. Королев и др.; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд. дом Гос. ун-та – ВШЭ, 2010.

¹³ Государственно-частное партнерство в сфере сохранения культурного наследия – <http://www.gipanis.ru/?level=351&type=page>

Сравнительная характеристика форм организации ГЧП

	Аренда	Участие в капитале (акционирование или создание совместных предприятий)	Концессия	Доверительное управление
Собственность	Государственная	Частная/государственная	Государственная	Государственная
Правомочия бизнеса	Оперативное управление ОКН или хозяйственное ведение	Оперативное управление ОКН и разделение рисков пропорционально величине доли в акционерном капитале.	Права владения и пользования реставрированным ОКН для осуществления культурно-просветительской (и иной предусмотренной соглашением) деятельности	Владение и Управление в интересах третьего лица, бенефициара.
Плата	Арендная плата (возможны льготы при проведении работ по сохранению ОКН за счет арендатора)	Отсутствует	Концессионная плата, продукция и результаты от использования	Предусматривается плата профессиональному управляющему.
Срок	На определенный срок	Долгосрочный период	Долгосрочный период (до 20 лет)	Как правило, не более 5 лет
Управление	Частное	Частное/государственное	Частное/государственное	Частное
Финансирование	Частное	Частное/государственное	Частное/государственное	Частное
Функции государства	Модернизация и развитие, возможно разделение расходов на содержание и ремонт ОКН	Постоянное участие в текущей производственной, административно-хозяйственной и инвестиционной деятельности.	Возможно совместное (в различной степени) финансирование реконструкции ОКН, текущего и капитального ремонта	Выполнение контрольных функций
Функции бизнеса	Эксплуатация и содержание (включая текущий ремонт).	Охраняет, реставрирует и эффективно эксплуатирует и использует, в т.ч. в целях извлечения прибыли, переданные ОКН.	Реставрирует (восстанавливает, реконструирует), охраняет, эксплуатирует, управляет и т.д.	Охраняет, реставрирует и эффективно эксплуатирует и использует, в т.ч. в целях извлечения прибыли, переданные ОКН.
Доходы от использования ОКН	Собственность арендатора.	Доходы в виде дивидендов перечисляются в бюджет соответствующего уровня.	Собственность концессионера.	Собственность траста, используется для сохранения и реставрации других нуждающихся в этом памятников.
Собственность на улучшения	Улучшения остаются в собственности арендатора.	Улучшения остаются в собственности государства.	Улучшения остаются в собственности концедента.	Улучшения остаются в собственности бенефициара.

Использование различных форм ГЧП территориальным управлением в сфере охраны и использования ОКН позволяет решать следующие задачи¹⁴:

- проведение комплексных мероприятий по охране, сохранению и реставрации памятников истории и культуры;
- содержание и развитие инфраструктуры, обеспечивающей сохранность ОКН и доступ граждан к ним;
- укрепление материально-технической базы туристской отрасли;
- стимулирование экономических механизмов, направленных на рыночные отношения;
- активное внедрение механизма аренды, как альтернативы проводимой приватизации на ОКН;
- повышение активности региональных органов власти в сохранении памятников архитектуры;
- обеспечение притока инвестиций в традиционно дефицитную бюджетную отрасль «культура», снятие нагрузки с бюджетов регионального и муниципального уровней;
- оптимизация расходов на содержание ОКН и внедрение новых технологий в связи с участием заинтересованного бизнеса в управлении данными объектами;
- комплексное развитие индустрий в сфере туризма и культуры. Создание на базе историко-культурных комплексов и ландшафтных парков туристско-рекреационных зон с привлечением операторов на условиях ГЧП;
- включение местного сообщества в активное участие в развитие территории на основе использования ОКН как объектов туристского показа с учетом охраны;
- реализация более прозрачных процедур и действенного контроля за использованием ОКН.

¹⁴ Кабашкин В.А. Государственно-частное партнерство в культуре: мировой опыт и российская практика.

Если вновь обратиться к практике управления культурным наследием республики, то в 2009 г. Министерством культуры и по связям с общественностью Республики Карелия были подготовлены изменения в закон Республики Карелия от 6 июня 2005 г. № 883-ЗРК «О государственной охране объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации в Республике Карелия». Отдельные положения закона приведены в соответствие с изменениями федерального законодательства, исключен ряд пробелов нормативного регулирования в республике, определены общие положения о порядке установки информационных надписей и обозначений на объекты культурного наследия регионального значения, конкретизированы отдельные положения закона в части предоставления гарантий и компенсаций лицам, производящим за свой счет работы по сохранению объектов культурного наследия.

В развитие положений данного закона Министерством было разработано и утверждено постановление Правительства Республики Карелия «О порядке выплаты компенсации физическим или юридическим лицам, являющимся собственниками объектов культурного наследия регионального значения, включенных в единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, либо пользующимся ими на основании договора безвозмездного пользования и производящим за счет собственных средств работы по их сохранению», а также разработан и утвержден порядок рассмотрения документов для выплаты указанной компенсации. Механизм предоставления дополнительных гарантий для собственников (пользователей) объектов, по мнению законодателей, сделает возможным вовлечение более широких кругов населения в деятельность по сохранению культурного наследия.

Однако без развития партнерства, которое предусматривает участие государства и бизнеса в совместных проектах, проводимая политика в сфере культуры республики, по мнению авторов статьи, не даст экономически эффективных результатов в территориальном развитии. Без использования различных методов привлечения инвестиций и механизма ГЧП, как показывает мировая практика, невозможно будет осуществить заявленные республикой цели в области культуры¹⁵:

- развитие культуры как ресурса социально-экономического развития, социальной стабильности и духовного здоровья населения Республики Карелия;
- повышение привлекательности Республики Карелия как центра культуры, образования, науки и туризма, содействие улучшению делового и инвестиционного климата территории;
- развитие социальной и экономической инфраструктуры республики;
- создание условий для наиболее полного удовлетворения культурных запросов населения, формирования позитивного мироощущения и идеологии здорового образа жизни, воспитания духовности, патриотизма, гражданской и творческой активности нового поколения жителей республики;
- развитие межрегиональных, международных связей, в том числе приграничных связей Республики Карелия с Европейским Союзом.

А соответственно решить задачи:

- сохранения культурного наследия, сохранения и развития культурного потенциала Республики Карелия;
- сохранения единого культурного пространства, обеспечения доступа различных групп граждан к культурным ценностям и информационным ресурсам;
- интеграции отечественной культуры в мировой культурный процесс;
- активизации международного сотрудничества, включая культурный обмен, проведение семинаров, конференций и так далее;
- развития разнообразия форм культурной деятельности и расширения круга потребителей услуг культуры;
- роста количества услуг, предоставляемых учреждениями культуры, в соответствии с выявленными интересами и потребностями населения;
- создания условий для адаптации сферы культуры к рыночным условиям.

Все эти намерения останутся декларативными без механизмов реализации.

Таким образом, можно констатировать, что на уровне субъекта Федерации правовые основы ГЧП в сфере использования ОКН не разрабатываются. Соответственно и примеров реализации проектов с применением ГЧП на данный момент не имеется.

Тем не менее, при разработке Плана управления ОВН «Кижский погост» предусмотрена реализация ряда проектов на основе ГЧП. Проект «Онежский завод» в силу его масштабности и стоимости, несомненно, также будет осуществляться с использованием ГЧП между Правительством Республики Карелия, администрацией г. Петрозаводска, «ОхтаГрупп» и субподрядчиками проекта. Данные практики, безусловно, простимулируют разработку региональных нормативно-правовых актов связанных с применением ГЧП и тем самым создадут условия для дальнейшего развития территорий на основе использования ОКН для целей туризма и рекреации.

¹⁵ Программа экономического и социального развития Республики Карелия на период до 2010 года. Закон Республики Карелия от 12 ноября 2007 года № 1133-ЗРК.

АРХЕОЛОГИЧЕСКИЙ МУЗЕЙ И ЕГО РОЛЬ В ПОПУЛЯРИЗАЦИИ НАУЧНОГО ТУРИЗМА

В статье представлен Археологический музей Института языка, литературы и истории Российской академии наук, отражена его деятельность и уникальность, связанная с экспедиционными, научно-исследовательскими работами сотрудников сектора археологии Института.

Kochkurkina S.I. The Archaeological Museum and Its Role in the Popularization of the Scientific Tourism

The article deals with the Archaeological Museum of the Institute of Language, Literature, and History of the Russian academy of sciences. The activity and uniqueness of the museum associated with expeditionary and scientific-research workings of the research officers working in the Archaeology sector of the Institute are exposed in the article.

В Институте языка, литературы и истории Карельского научного центра РАН действует единственный в Республике Карелия специализированный археологический музей. Он был создан в 70-е гг. прошлого века.

В музее в хронологической последовательности, охватывающей период от 7 тысячелетия до н.э. до 18 в., представлены добытые при раскопках предметы из камня, глины и металла, изделия эпохи Средневековья (бусы, ювелирные украшения из цветного металла, мечи, монеты и т.д.), графические материалы, карты памятников различных эпох, фотографии. В 2005 г. издан буклет с фотографиями наиболее выразительных предметов, демонстрирующихся в музее (рис. 1, 2).



Сланцевые орудия. Энеолит



Глиняный горшок. Энеолит

Рис. 1. Из экспозиции музея. Предметы быта энеолита

Материалы музея экспонировались на нескольких выставках: в Государственном краеведческом музее г. Петрозаводска – «На пороге древнего мироздания», в Государственном Эрмитаже – «Образ зверя и человека в первобытном искусстве». В рамках договора о сотрудничестве между Республикой Карелия и Союзом Северное Саво г. Куопио (Финляндия) в 1995 г. демонстрировалась выставка «Археологические раскопки в Приладожье», включавшая более 200 предметов из древнекарельских памятников XIII–XIV вв., исследованных С.И. Кочкуркиной. Институт им. Снеллмана опубликовал материалы выставки «Muinaiskarjalan kaivaukset». Затем эта выставка демонстрировалась в музеях г. Олонца и Сортавала.



Браслеты с замком (бронза). X в.



«Шумящие» подвески (коньковая и птицевидная, бронза). XII-XIII вв.

Рис. 2. Из экспозиции музея. Украшения (бронза) – X, XII-XIII вв.

Постановлением бюро Отделения истории РАН № 27 от 12 апреля 2001 г. Археологический музей Института языка, литературы и истории РАН включен в официальный список музеев РАН. Разработаны и утверждены Ученым Советом Положение об Археологическом музее (с фондохранилищем) Института языка, литературы и истории КарНЦ РАН и Положение о фондохранилище при Археологическом музее. С 2003 г. по программе Президиума РАН «Поддержка деятельности музеев» отчисляются небольшие суммы, которые используются для модернизации экспозиций музея, приобретения мебели, оборудования и т.д.

Музей посещают школьники и студенты г. Петрозаводска, музейные и научные работники, менеджеры по туризму, гости из городов и сел Карелии, гг. Вологды, Рязани, Ижевска, Астрахани, Москвы, С-Петербурга, Екатеринбурга, а также студенты, изучающие русский язык, научные сотрудники из Германии, Норвегии, Финляндии, Англии.

В течение года в музее проводится более 30 бесед-лекций. Это немного, поскольку музей носит закрытый характер и вход в него осуществляется по предварительным заявкам.

Проводились консультации для членов Союза писателей России, участников круглого стола «Карельское гнездо» и представителей «Сампо – финский центр» (СПб), исследователей из Финляндии, сотрудников и гостей Карельского научного центра РАН. Предоставлялась возможность для знакомства с археологическими коллекциями сотрудникам Государственного краеведческого музея (г. Петрозаводск), Государственного Эрмитажа (СПб), Государственного исторического музея (Москва), специалистам по изучению древних технологий изготовления ювелирных изделий. Информация о деятельности музея освещалась различными средствами массовой информации, в том числе «Радио России», «Радио Карелии» и телевидением «Вести Карелии» и т.д.

В 2009 г. о полевых исследованиях руководителя музея д.и.н. С.И. Кочкуркиной в Приладожье в финской прессе опубликовано две статьи. Кроме того, в России сняты два фильма: о раскопках городищ Паасо («Вести Карелии») и Соскуа (студия «Здорово» СПб).

Музей и фондохранилище постоянно пополняются новыми, добытыми в результате полевых исследований, коллекциями.

УДК [069+379.822](470.22)

Кулешевич Л.В.

Пудовкин В.Г.

Ларькина Н.Ю.

ПОПУЛЯРНО О ГЕОЛОГИИ (МУЗЕЙ ГЕОЛОГИИ ДОКЕМБРИЯ)

Проблемы функционирования и сохранения туристских центров как объектов культурно-исторического наследия неразрывно связаны, в том числе, с деятельностью музеев. Музей геологии докембрия в г. Петрозаводске посещают в год до 4 тыс. человек, фонды музея насчитывают около 3500 экспонатов. Музей участвует в единой государственной системе информационного обеспечения культурной деятельности Республики Карелия и входит в экскурсионно-туристскую сеть Карелии.

Kyleshevich L.V., Pydovkin V.G., Larkina N.U. Simply About Geology (the Precambrian Geology Museum)

The problems of the functioning and preservation of tourism centers that are historical-cultural heritage objects are inseparably connected with museums activity. The Museum of Precambrian Geology is visited up to 4 thousand people in Petrozavodsk every year. There are around 3500 exhibits in the Museum. It participates in the state system of the cultural activities' information support of the Republic of Karelia and it is also included in the excursion-tourists' network of Karelia.

Проблемы функционирования и сохранения крупных туристских центров как объектов культурно-исторического наследия мирового значения неразрывно связаны, в том числе, с деятельностью музеев. Среди них естественно-научные музеи всегда вызывают живой интерес у широкого круга посетителей.

Желание любоваться красотой природы, сглаженными карельскими скалами, голубыми озерами и водопадами, просто «отдохнуть душой» и познакомиться с историей поселений и жизнью людей, неразрывно связанной с историей освоения полезных ресурсов этого края, привело к большой популярности туристических маршрутов в Карелии. Музей геологии докембрия уже давно вошел в число объектов, рекомендуемых для посещения туристам. Он в течение многих лет предоставляет свой лекционный фонд для широкого круга посетителей (российских и иностранных) и пользуется популярностью.

История образования и структура экспозиций музея

Музей геологии докембрия в г. Петрозаводске – это ведомственный естественно-научный музей при Институте геологии Карельского научного центра РАН. Он был организован 18.05.1961 г. одновременно с образованием Института. Основное направление его деятельности было изначально определено следующим положением: «Создание экспозиции, отражающей геологическую изученность и богатства недр Карелии, а также результаты научной и практической деятельности Института геологии». На момент создания он включал несколько витрин образцов, собранных геологами института, но постепенно расширялся. Первый тематико-экспозиционный план постоянно действующей экспозиции музея, открытой для общего обозрения специали-

стов научных учреждений и производственных организаций, студентов и школьников и тематических экскурсий был составлен в 1984–1985 гг. под научным руководством А.С. Пекки. В связи с расширением задач музея в 1993 г. он был преобразован в Музей геологии докембрия со статусом научно-исследовательской лаборатории. В 2000–2003 гг. при поддержке Карелгеолкома и Министерства экономики РК, под руководством директора ИГ КарНЦ РАН С.И. Рыбакова, была проведена полная реконструкция помещений и реорганизация экспозиций музея. Тематический план для обновленных экспозиций создавался специалистами Института и был утвержден музейным Советом (рис. 1, 2).



Рис. 1. Структура музея геологии докембрия



Рис. 2. Интерьер верхнего зала. История горных и рудных промыслов

В составе современной экспозиции находятся коллекции горных пород, руд, минералов и продуктов их переработки, собранных, главным образом, на территории Карелии, коллекции образцов из других стран (с докембрийских щитов Земли), а также разнообразные поделки и подарки. Путешествуя по залам музея, можно понять, как шло геологическое развитие Карельского кратона – части Фенноскандинавского щита в такой далекий период времени развития Земли, как архей и протерозой, извергались ли вулканы, какие осадки накапливались в древних водоемах, насколько эти процессы были похожи на современные и как доказывают это геологи, что произошло с рельефом Карелии в четвертичный период. Шкала геологического времени в верхнем ярусе нижнего зала музея показывает реальное возрастное соотношение эпох развития Земли. По ней можно узнать, что история образования горных пород нашей территории очень древняя – от 3,3 до 1,6 млрд лет. Там же размещены органические остатки и строматолиты – продукты жизнедеятельности древнейших микроорганизмов, появившиеся в Карелии 2,3–2,1 млрд лет назад, в геологической истории этот период называется ятулием.

Большую часть выставки нижнего зала составляют минералы и природный камень, вызывающие необычайный интерес у коллекционеров, любителей минералов и камня, специалистов геологов и горняков, а также историков и даже дизайнеров, благодаря яркому и интересному представлению истории. В экспозициях показано, как использовался карельский природный камень в архитектуре Санкт-Петербурга, Москвы, Петрозаводска. В верхнем зале музея рассказывается об истории геологических исследований в Карелии, горных и рудных промыслах. Здесь можно познакомиться с рудами, минеральным сырьем и продуктами их переработки.

С 2007 г. помимо традиционной музейной экспозиционной деятельности коллектив ведет плановые научные исследования по изучению минералогии рудных месторождений, пользуется поддержкой РАН по программе «Музеи России». Накопление железа на Земле, формирование карельских месторождений железных руд (железистых кварцитов) и как эти руды осваивались с начала Петровской эпохи (XVIII в.), почему так много железа в Марциальных водах – все это можно узнать, прослушав специальную лекцию в музее. Музеем и фирмой «Карельские каникулы» в туристскую сеть внедрен интересный маршрут – «Древние вулканы Карелии», туристам предлагаются путешествия в окрестностях г. Петрозаводска (на Чертов стул) и в городе.

Научно-просветительская и исследовательская деятельность музея

Музей геологии докембрия института, как современный музей естественно-научного профиля, играет основную роль в сохранении вещественного архива накопленного научного знания о природных объектах и системах, выполняет функции образования, просвещения и воспитания, является одним из средств коммуникации между наукой и обществом. В этом заключается основная цель его деятельности. В нашей стране на современном этапе развития общества деятельность большинства музеев геологического профиля обусловлена концепцией «Рационального природопользования» и направлена на решение актуальных вопросов изучения и освоения природных ресурсов и экологические проблемы – *сохранение окружающей среды, бережного отношения к природе и расширения знаний о ней*. Проблемы рационального природопользования, в широком

смысле этого слова, включают геологические и экономические аспекты (так как большая часть бюджета РК формируется за счет добывающих отраслей промышленности), а также направлены на повышение культурного, экологического и в целом образовательного уровня нашего общества. На базе музея обучаются студенты горно-геологического факультета Петрозаводского государственного университета, читаются лекции для студентов естественно-географического и строительного факультетов, курсов повышения квалификации учителей и экскурсоводов и даже обучаются дизайнеры. Проводятся популярные беседы для школьников.

Научно-просветительская деятельность музея осуществляется на основе имеющихся музейных коллекций, существующей материальной базы, результатов выполненных научных исследований института, лекций, научно-образовательных и специализированных геологических экскурсий, подготовки презентаций. В задачи музея входят также разработка и поддержание экскурсионных геологических маршрутов и практик студентов: совершенствование экскурсионно-туристской деятельности «Музей под открытым небом». Лекционный фонд музея включает музейные (рис. 1) и полевые экскурсии, проводимые в Петрозаводске и его окрестностях, а также с выездом по маршруту Петрозаводск – Гирвас – Кивач и другим интересным природным объектам.

I. Музейные экскурсии:

1. Обзорная экскурсия по музею Института геологии КарНЦ РАН (для всех категорий посетителей).
2. Геология и полезные ископаемые Карелии.
3. Геологическое время и развитие жизни на Земле (для студентов ПетрГУ).
4. Мир минералов. Самоцветы и цветные камни.
5. Шунгиты Карелии («Заонежье – родина шунгита»).
6. Эволюция железа в природе. Железные руды Карелии.
7. Рельеф, геоморфология, четвертичная геология и почвы Карелии (для биологов, почвоведов, географов).
8. Строительный камень (для техникумов, студентов горняков и строительного ф-та ПетрГУ, представителей частных фирм).
9. Специализированные экскурсии для студентов горно-геологического факультета.

II. Полевые экскурсии:

1. Камень в архитектуре Петрозаводска и карьер Каменный Бор – «Самый городской камень».
2. Чертов стул: «Вулканические образования и палеосейсмодислокации».
3. Формы рельефа окрестностей Петрозаводска.
4. «Древние вулканы Карелии» – маршрут Петрозаводск-Гирвас-Кивач (геология и геоморфология, автобусная экскурсия).

III. Факультативные занятия и курсы повышения квалификации:

1. «Популярно о геологии» (для экскурсоводов, учителей природоведения, географии, биологии, а также в помощь работе студентов).

Научно-исследовательские задачи музея включают: сбор и сохранение научных коллекций, представленных минералами, горными породами, полезными ископаемыми, органическими остатками Карельской части Фенноскандинавского щита; создание и поддержание экспозиций, отражающих современные научные достижения института; изучение минералов и ведение информационной базы данных по музею; исследования по истории изучения геологии Карелии.

Основные направления развития музея

Современная концепция развития экспозиций музея оптимальным образом должна отвечать уровню геологических знаний и музейных методологий, с учетом проблем, которые ставит РАН, прикладных задач Республики Карелия и вопросов, которые интересуют его посетителей. Экспозиции музея и лекции должны нести не только функции образования и просвещения, но и воспитания, с целью выработки обществом бережного отношения к окружающей природе и использованию минеральных ресурсов.

1. Очень важным является не только наращивание музейной коллекции, но и ее идейная преемственность с уже накопленными предметами и информативность, что позволяет пополнить, уточнить, расширить, а в ряде случаев и пересмотреть наши знания о геологических объектах. Путем комплектования своих фондов музей документирует природные события и процессы. Чрезвычайно важное значение имеет высокая привлекательность музейных предметов при сохранении высокого научного уровня сопровождающих их информационных материалов.

2. Одной из главных задач современной фондовой работы является полный перевод информации о музейных экспонатах всех коллекций на электронные носители. Прогрессивную роль для музеев сейчас имеет система ИНТЕРНЕТ, которая через WEB-сайт может оперативно знакомить пользователей с работой музеев, их музейными экспонатами. Данная работа в Музее геологии докембрия только начата, предполагается, создание информационной базы и возможности просмотра ее на сайте музея в Интернете.

3. Современные новые тенденции развития музейного дела, включающего и музеи естественнонаучного профиля, заключаются в переходе от систематического принципа формирования экспозиционного плана

к сюжетно-сценарному подходу, что позволяет более выразительно отобразить многообразие окружающего мира и сложный характер взаимодействия отдельных его частей, увязать отдельные фрагменты в логически стройную картину и использовать достижения смежных дисциплин. Примером могут служить многие музеи Финляндии, Швеции. Первым опытом музея геологии в этом была предложенная Краеведческому музею модель Гирвасского вулкана.

4. Специализированные экспозиции, научный и научно-популярный лекторий должны быть построены на следующих основных принципах: 1) строение, вещественный состав и динамика геологических процессов; эволюция земной коры (и достижения ученых в этих областях); 2) природные богатства Карелии (минерально-сырьевые ресурсы), освоение недр и охрана окружающей среды; 3) история геологических исследований и горно-рудные промыслы.

Предпосылками к модернизации музейных экспозиций и экскурсионных маршрутов на современном этапе являются такие факторы, как: постоянное развитие научных геологических знаний о строении территории Карелии, новые знания по эволюции земной коры и жизни в докембрии, освоение природных ресурсов, расширение знаний по минерагении и металлогении Карелии, вовлечение в производство материальных благ все более разнообразных минерально-сырьевых ресурсов (шунгитов, диатомитов); особое внимание отводится природному камню Карелии и его использованию; новые направления в технологии по переработке минеральных полезных ископаемых и их использовании. А также постепенный поворот человеческого общества и каждого человека в отдельности в сторону бережного отношения к природе и окружающей среде обитания, и, как это дается в главном положении Музея им. А.И. Вернадского, жизнь необходимо строить по основному принципу: «Планета Земля – дом, в котором мы живем» и его надо беречь!

Туристические маршруты

Одним из важных направлений деятельности коллектива музея является расширение музейно-туристской сети и использование природных ландшафтов как объектов геологического туризма. Предлагаемые экскурсионные маршруты позволяют увидеть и оценить красоту природы, узнать о том, как формировались те или иные природные объекты. История заселения территории Карелии отражает этапы освоения ее природных богатств (минеральных ресурсов) и развития горного дела, начиная с древних времен до наших дней, использования природного камня в архитектуре, – это, по сути, история взаимоотношений человеческого общества и окружающей природы. Рассказ о возможности использования минеральных ресурсов и природного камня Карелии, роли рудознатцев и ученых-исследователей делает живым и интересным предлагаемый экскурсионно-лекционный материал.

Структура музея позволяет в научной и популярной форме проводить экскурсии для разных категорий посетителей. Сейчас музей посещают в год от 3,5 до 4 тыс. человек (школьники, студенты, туристы, специалисты – геологи и горняки). Он публикует свои справочно-информационные и рекламные издания. Фонды музея насчитывают около 3500 экспонатов – это горные породы, руды, минералы, предметы технологической переработки и изделия из природного камня и минералов. Музей участвует в единой государственной системе информационного обеспечения культурной деятельности РК и входит в экскурсионно-туристскую сеть РК.

УДК 338.483.12:7.031.1(470.2)

Лобанова Н.В.

ПЕТРОГЛИФЫ КАРЕЛИИ КАК РЕСУРС КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА НА СЕВЕРО-ЗАПАДЕ РОССИИ

Петроглифы Карелии – неразрывная составная часть мирового наскального искусства. В статье автором ставится вопрос о музеефикации петроглифов с целью сбережения, дальнейшего изучения и рационального использования в качестве объектов туристского показа.

Lobanova N.V. The Petroglyphs of Karelia as a Resource of the Cultural Tourism at the North-West Russia

The petroglyphs of Karelia is an inseparable component part of the world rock paintings art. The author arises the problem of museumification of the petroglyphs with the aim to reserve them, to study them further and to use them rationally as the sites of demonstration for tourists.

На территории Карелии находятся всемирно известные древние наскальные памятники – Онежские и Беломорские петроглифы. Их разделяет расстояние чуть более 300 км. Каждое из этих скоплений, несмотря на сходство основных мотивов и сюжетов, очень своеобразно и представляет огромный интерес как для науки, так и для широкой публики. Петроглифы – исторический феномен, самая яркая часть всего пласта историко-культурного наследия Карелии эпохи каменного века.

Наскальные памятники сосредоточены в двух местах: на восточном берегу Онежского озера (Пудожский район) и в юго-западном Прибеломорье (в 8 км от г. Беломорска, в низовьях р. Выг). Первые открыты для науки еще в середине 19 в., а вторые уже в советское время – в 20-30-е гг. 20 в. Среди Онеж-

ских петроглифов наиболее известны фигуры так называемого Беса, выдры и налима, которые достигают в длину почти 3 м. Менее известны петроглифы п-ва Кочковнаволоок, открытые в 70-е и 80-гг. прошлого века. Однако они самые доступные для посещения, поскольку находятся в устье р. Водлы, почти в черте п. Шальский.

Современного человека при посещении Онежских петроглифов, кроме самих рисунков, привлекает и природный ландшафт, почти первозданный и необыкновенно живописный. В числе Беломорских наскальных рисунков представлены всемирно известные многофигурные сцены охоты на морского зверя – белуху, батальные сцены, гигантские фигуры оленей и т.д. Природная среда в районе наскальных изображений Белого моря сильно изменилась после постройки Беломорско-Балтийского канала и 2 гидроэлектростанций. Одна из групп петроглифов была засыпана плотиной Выгостровской ГЭС. Над другой группой в 1968 г. возведен защитный павильон из бетона, который закрыт уже почти 5 лет в связи с аварийным состоянием здания. Петроглифы Бесовы Следки внутри него засыпаны опилками и покрыты деревянным настилом.

На протяжении всего советского периода (вплоть до начала 90-х гг.) наскальные рисунки Карелии были отгорожены от подобных памятников мира, т.к. доступ к ним был закрыт для иностранцев, включая специалистов. В настоящее время наблюдается мощный всплеск интереса к этим объектам наскального искусства не только со стороны специалистов, но и непрофессионалов, которые серьезно занимаются их изучением, делают интересные открытия, издаются каталоги. Появляются многочисленные публикации в средствах массовой информации, снимаются фильмы, проводятся экскурсии.

К настоящему времени на Онежском озере зафиксировано не менее 1200 отдельных выбивок на скалах, а на Белом море почти две с половиной тысячи. Таким образом, они входят в число самых крупных скопления памятников монументального наскального творчества Северной Фенноскандии. Новые находки на р. Выг и Онежском озере продолжают и по сей день.

Петроглифы выбиты на прибрежных гранитных склонах мысов и островов не менее 6 тыс. лет назад в эпоху неолита. Предполагается, что создателями и почитателями наскальных гравировок являлись охотники, рыболовы и собиратели так называемой культуры ямочно-гребенчатой керамики. Неподалеку от всех наскальных групп археологами обнаружены сезонные кратковременные стоянки с такой посудой. О связи этих памятников с петроглифами говорит сам характер их расположения, особенности культурного слоя, необычный состав инвентаря. Этнические корни авторов наскальных рисунков установить невозможно. Слишком отдалена от нас эта эпоха. Распространено мнение о том, что это были предки финно-угорских народов. Это мнение основано на совпадении территории распространения неолитической керамики с ямочно-гребенчатым орнаментом и современных прибалтийско-финских народов. Однако нет никаких доказательств того, что эта керамика принадлежала указанной этнической общности.

По данным палеогеографии, это была вторая половина атлантического времени, которая характеризуется довольно теплым климатом, в среднем на 3 градуса теплее, чем сейчас. В растительном покрове на большей части территории Карелии имела примесь таких термофильных пород, как вяз, дуб, липа, лещина. Они распространялись вплоть до побережья Белого моря.

Наскальные полотна неразрывно связаны с природным миром. Они образуют целые культурно-природные комплексы, занимающие значительную площадь. С их помощью люди пытались наладить отношения и связи с окружающим миром (нижним – подводным; средним – земным, и верхним – небесным), хозяйственную деятельность. В образах, запечатленных на скалах, отражено стремление людей осмыслить окружающий мир, приспособиться к нему, понять его движущие силы и связи, научиться влиять на них в желаемом направлении. То, что петроглифы находятся в окружении многочисленных древних поселений разных эпох, делает их еще более интересными для ученых и туристов.

Следует помнить, что петроглифы Карелии замечательны не только сами по себе. Они – неразрывная составная часть мирового наскального искусства, представленного почти на всех континентах, во многих странах мира. Богата ими и вся Фенноскандия, включая Кольский полуостров. К сожалению, следует констатировать, что их подлинная ценность, значимость связанных с ними проблем до сих пор в должной мере не осознаются. Причин тому много: и объективных, и субъективных. Самая общая и, возможно, главная – недостаточный глубокий и сильный интерес к прошлому своего края, слабая историческая память. Другая причина – возможно, особенности самих изображений. При первом беглом знакомстве они не особенно поражают, поскольку часто почти не видны. Сильное впечатление эти памятники оставляют перед заходом или во время восхода солнца. Доступ к ним требует посредника в лице подготовленного гида. Наконец, далеко не каждый может познакомиться с наскальными полотнами на месте, особенно в наше трудное время, хотя они относительно доступны для желающих.

Современное состояние петроглифов Карелии оставляет желать лучшего и по-прежнему вызывает озабоченность. Негативное воздействие на них оказывают сразу два фактора: антропогенный (прежде всего, вседозволенность несознательных посетителей) и природный. Самый разрушительный – первый. Неправильный вред нанесли наскальным полотнам выбивки инициалов и надписей, повреждения от костров и т.д. Надежно защитить их от невежественных посетителей, несоблюдающих правила поведения, нещадящих и само природное окружение, до сих пор не удается. Здесь рубят деревья, возводят шалаши, тревожат культурный

стой стоянок и т.д. Все это происходит по причине бесхозности уникальных памятников. Влияет и несовершенство законодательной базы. Государство сегодня (как и раньше) не в состоянии обеспечить надежную охрану и разумное их использование.

Хронический недостаток средств и материальных ресурсов, а также ведомственная разобщенность людей и организаций, отвечающих за судьбу памятников, постоянно отодвигал эти памятники, проблемы их охраны, обустройства и рационального использования на второй план. Им не только официально не придан статус особо ценного культурного и природного объекта Карелии, но они чаще всего рассматриваются изолированно, вне общего контекста всего историко-культурного наследия народов Карелии и вне контекста монументального наскального творчества Фенноскандии и мира, неразрывной составной и весьма выразительной частью которого они являются. Следует отметить, что время от времени рождаются и конкретные предложения и проекты, даже предпринимаются некоторые шаги по их реализации; с помощью международных и отечественных фондов проводится документирование наскальных памятников, осуществляются отдельные охранные мероприятия. Однако чаще всего это не происходит планомерно, нет выверенной долговременной программы практических действий. Так, необходимо вести мониторинг, позволяющий постоянно отслеживать все природные и антропогенные процессы и их воздействие на петроглифы и искать методы защиты от них. Недоработки и упущения в области охраны и использования петроглифов проявились особенно явно, когда они стали доступны зарубежным посетителям, когда появилась возможность сравнить отношение к подобным памятникам у нас и в других странах (прежде всего, в Швеции, Норвегии, Финляндии). Оптимальным путем было бы создание на базе петроглифов Карелии музея первобытной культуры, способного благотворно влиять на решение триединой задачи: сбережение, дальнейшее изучение и рациональное использование этих памятников. Не исключены и иные формы. На восточном берегу Онежского озера наиболее оптимальной формой, возможно, является организация природного парка или заказника республиканского уровня. Он может стать прекрасным полигоном для научных исследований и ограниченного, строго контролируемого туризма.

Предложения о разумном и устойчивом использовании петроглифов Карелии уже не раз ставились, но не были реализованы по разным причинам. Музеефикация петроглифов возможна только при участии и согласованных совместных действиях ряда министерств и ведомств местных, республиканских и российских органов власти. Необходима и активная поддержка местного населения, формирование общественного мнения о важности сохранения культурного наследия.

Наблюдающийся в последнее время растущий интерес к карельским объектам наскального искусства, особенно со стороны туристских структур, заставляет самым серьезным образом подходить к вопросам изучения, эффективной охраны и целесообразного использования уникальных памятников. Первым и главным условием сохранения памятника является подготовка подробной документации, выработки подходов и способов их консервации, для чего необходимо тесное сотрудничество археологов, экологов, геологов, ботаников, микробиологов и специалистов по консервации. Первый серьезный шаг был уже сделан в 1997-2001 гг. в рамках первого международного норвежско-карельского проекта «Сохранение петроглифов Карелии». За 5 лет была проведена огромная работа, в которой приняли участие представители разных профессий. Эта деятельность вышла за рамки первоначально планировавшихся задач и охватила более широкий спектр проблем, связанных с наскальными памятниками. Главным результатом проекта стала система управления базой данных «Петроглифы Карелии», которая активно заполняется в настоящее время. База данных содержит топографические планы, фотографии и графитные копии изображений, их детальное описание (общее и конкретное по фигурам с указанием размеров, ориентации, высоты над водой, глубину выбивки, степень обрастания лишайниками, степень сохранности, параметрические данные, различные интерпретации отдельных фигур или композиций).

Параллельно с археологами вели исследования лишенологии. Их целью было выяснить влияние лишайников на скальную поверхность с гравировками и предложить способы избежать или снизить степень их негативного воздействия на памятники. На основе электронной базы данных станет возможной публикация полного свода всего петроглифического материала как на Онежском озере, так и на Белом море. Упомянутый проект позволил собрать максимум данных об Онежском петроглифическом комплексе, дать общую оценку состояния Беломорских памятников и наметить основные задачи и перспективы на будущее.

В настоящее время начал реализовываться норвежско-карельский проект «Презентация Залавруги как туристского объекта» (2007-2008 гг.). Очевидно, что туристский потенциал Беломорских памятников несоизмеримо выше, чем Онежских. Это связано, в первую очередь, с их доступностью и безопасностью для посетителей. Важное значение также имеет то, что петроглифы Беломорья находятся на пути очень популярного туристского маршрута на Соловки – лидера российского туризма за последние 2-3 года.

Можно надеяться, что реализация нового проекта будет способствовать созданию нового турпродукта и стимулированию развития инфраструктуры на наскальных памятниках Беломорья, вовлечению местного населения, органов местной власти в охрану и устойчивое развитие культурного туризма на петроглифах.

**РОЛЬ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В ЭКОНОМИКЕ
РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ. ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
(НА ПРИМЕРЕ МУЗЕЯ-ЗАПОВЕДНИКА «КИЖИ»)**

В статье показана возрастающая роль ФГУК «Государственный историко-архитектурный и этнографический музей-заповедник «Кижь» в экономике региона, проанализированы проблемы развития и предложены пути их решения.

Lugovoy D.D. The Role of the Cultural Heritage Sites in the Economy of Russian Regions. The Problems of Functioning (on the Example of the Open-Air KIZHI Museum)

The increasing role of «The Open-Air KIZHI Museum» in the economy of a region is shown in the article. The problems in development are analyzed. The variants to resolving the problems are proposed as well.

Музей-заповедник «Кижь» образован в 1961 г. как отдел (филиал) Краеведческого музея Республики Карелия. С 1966 г. реорганизован в самостоятельное учреждение «Государственный историко-архитектурный и этнографический музей-заповедник «Кижь». В 1990 г. Кижский архитектурный ансамбль включен в Список объектов всемирного культурного наследия ЮНЕСКО. В 1993 г. – в свод особо ценных объектов культурного наследия народов РФ. С 2001 г. музей-заповедник «Кижь» наделен статусом федерального учреждения культуры. Таким образом, на сегодняшний день Кижский архитектурный ансамбль имеет самый высокий международный и российский статус охраны, что позволяет музею с уверенностью смотреть в будущее.

После закрепления за музеем статуса федерального государственного учреждения и обеспечения стабильного финансирования из федерального бюджета музей активно работает и развивается. Экономические потрясения последних лет, безусловно, серьезно влияют на работу музея, но в целом деятельности учреждения и, самое главное – сохранности объектов культурного наследия – непосредственной угрозы нет.

Музей-заповедник «Кижь» является одним из крупнейших музеев под открытым небом на Северо-Западе России. Музей успешно сохраняет объекты культурного наследия и обеспечивает их содержание на должном уровне. Музей является крупным научным, образовательным и международным центром, использующим в своей деятельности передовые уникальные технологии. Сегодня музей не только исполнитель, но и инициатор ряда программ и проектов, реализуемых в республике, России и международном сообществе, совместно с многочисленными партнерами.

I. Роль музея в развитии региона

Рассмотрим проблемы музея с точки зрения: что дает музей территории; какие проблемы у музея есть на сегодняшний день; как их можно решить, и какое влияние принятые меры окажут на развитие музея и территории. Ведь отношения музея и региона – это тоже партнерство, которое должно быть интересным для обеих сторон.

В рамках статьи мы не можем рассмотреть и проанализировать все аспекты влияния деятельности особо ценного объекта на все составляющие деятельности региона. Остановимся на основных.

Роль федерального учреждения в социальном и экономическом аспекте развития территории и региона

1. Экономическая составляющая

Статус особо ценного объекта культурного наследия народов РФ означает федеральное подчинение и федеральное финансирование. С 2001 г. музей финансируется только из федерального бюджета (ранее из республиканского и федерального бюджетов). Объемы финансирования представлены в таблице 1.

Таблица 1

Объемы финансирования музея из федерального бюджета

Год	Объем финансирования (тыс. руб.)
2005	61038,8
2006	74384,4
2007	76266,0
2008	102002,0
2009	144949,3
2010	155921,0

Таким образом, снижается доля расходов регионального бюджета на содержание объектов культуры (практически, ежегодный объем финансирования музея за последние три года равен примерно 1 % всего бюджета Республики Карелия на соответствующий год), привлекаются значительные средства из федерального бюджета.

Практически 90 % сумм от финансирования музея остаются на территории региона (табл. 2). Это заработная плата сотрудников, оплата коммунальных услуг, услуг по содержанию имущества, налоговые отчисления, часть средств на производство работ по реставрации, строительству и другие подрядные работы, необходимые музею не только для содержания объектов культурного наследия, но и для ухода и содержания территории музея. Однако часть этих средств не может оставаться на территории региона в связи с тем, что в соответствии с законодательством РФ мы должны проводить открытые аукционы и конкурсы на ряд работ и услуг.

Таблица 2

Объем средств, остающихся в регионе

Год	Объем финансирования музея, всего (тыс. руб.)	Объем средств, остающихся в регионе (тыс. руб.)	%
2005	61038,8	55338,8	91
2006	74384,4	68384,4	92
2007	76266,0	67294,0	88
2008	102002,0	97502,0	96
2009	144949,3	116560,3	81

Кроме ежегодного финансирования мероприятий по содержанию музея и обеспечению его деятельности имеются федеральные программы, по которым также привлекаются финансовые средства на реализацию тех или иных мероприятий, например, программа «Культура России», инвестиционные программы (табл. 3).

Таблица 3

Объем средств, привлекаемых по различным программам

Год	Объем средств (тыс. руб.)
2005	22000,0
2006	41660,0
2007	12500,0
2008	48493,5
2009	267325,0

Распоряжением Правительства Российской Федерации от 07.11.2008 № 1633-р утвержден План мероприятий по сохранению ансамбля Кижского погоста (о. Кижы, Республика Карелия) и развитию инфраструктуры Государственного историко-архитектурного и этнографического музея-заповедника «Кижы», на реализацию которого выделено 2951,5 млн руб. на период с 2009 по 2014 гг. В том числе на:

- реставрацию и создание систем безопасности Кижского погоста и его архитектурного окружения, разработку градостроительной документации и зон охраны музея – 566,5 млн руб.;
- строительство объектов инженерно-технической инфраструктуры музея «Кижы», в том числе: строительство грузового причала, реконструкция сетей электроснабжения до о. Кижы и на о. Кижы; строительство комплекса по утилизации отходов; строительство коммунальных сетей на острове – 917,9 млн руб.;
- строительство объектов социальной инфраструктуры, в том числе: строительство входной зоны музея «Кижы»; строительство дороги от пос. Великая Губа до о. Кижы; строительство фондохранилища в г. Петрозаводск – 1467,1 млн руб.

Согласно вышеуказанному Распоряжению, только 933 млн руб. расходуются музеем непосредственно на музейные объекты. Остальные 2017,6 млн руб. расходуются Правительством Республики Карелия на развитие инфраструктуры Медвежьегорского района.

Таким образом, особо ценный объект культурного наследия народов РФ ежегодно за счет различных источников финансирования привлекает на территорию региона значительное количество финансовых средств в совокупности равных 3 % общего бюджета Республики Карелия на очередной финансовый год.

2. Социальная составляющая

Музей-заповедник «Кижы» является одним из крупнейших музеев-заповедников России. Сегодня, после кризисных процессов, на территории Великогубского сельского поселения Медвежьегорского района из крупных предприятий остался только музей, который является практически единственным градообразующим предприятием данного поселения. В музее на постоянной основе работают 32 жителя Великой Губы (13 % от общего количества сотрудников).

Кроме рабочих мест в музее «Кижы» создано специальное подразделение пожарной охраны, обеспечивающей пожарную безопасность объектов музея «Кижы», содержащееся за счет средств федерального бюджета. В штате пожарной части о. Кижы состоит 68 человек. Для защиты объектов от несанкционированного проникновения за счет средств федерального бюджета содержится подразделение вневедомственной охраны общей численностью 28 человек.

Таким образом, наличие на территории региона особо ценного объекта культурного наследия создает около 500 рабочих мест, оплачиваемых за счет средств федерального бюджета (табл. 4).

Таблица 4

Динамика рабочих мест в музее

Год	Количество постоянных рабочих мест/временных рабочих мест (ед.)
2005	262/108
2006	269/80
2007	286/80
2008	265/115
2009	249/135

В летний период во время туристического сезона ряд организаций, туристических фирм, предпринимателей Карелии также включаются в процесс обслуживания посетителей музея «Кижь». Поток посетителей, прибывающих через Петрозаводск, составляет по данным на 2009 г., около 30 тыс. чел. Безусловно, это также дополнительные рабочие места для жителей Карелии и финансовые поступления (табл. 5).

Таблица 5

Динамика посетителей

Год	Всего посетило РК, млн чел.	Всего посетителей музея «Кижь», тыс. чел.	% от посетителей Республики Карелия
2000	1,29	99	7,7
2001	1,35	122	9,0
2002	1,40	147	10,5
2003	1,47	159	10,8
2004	1,55	176	11,3
2005	1,62	167	10,3
2006	1,70	177	10,4
2007	1,78	195	10,9
2008	1,83	205	11,2

По данным портала «Карелия официальная» отношение количества посетителей музея «Кижь» к общему количеству посетителей республики следующее: рост числа посетителей за этот период в Республику Карелия составил в целом 142 %, в то время как рост числа посетителей музея «Кижь» составил – 207 %. Это показатель того, что музей «Кижь» является одним из наиболее привлекательных и посещаемых объектов на территории республики.

Таким образом, особо ценный объект культурного наследия народов РФ, привлекая большое количество посетителей, является одним из крупнейших работодателей, создающим предпосылки для развития предприятий и создания рабочих мест в Медвежьегорском района и по Республики Карелия в целом.

3. Музей «Кижь» – «визитная карточка» Карелии

Ежегодно в Карелию прибывает значительное количество делегаций и гостей различного уровня. Большинство из них посещают о. Кижь и объекты музея в Петрозаводске. За пять последних лет музей-заповедник «Кижь» обслужил бесплатно 52004 представителей различных делегаций, в том числе почти – 16000 детей, прибывающих в республику по различным благотворительным программам.

Музей не только организует свои праздники и мероприятия, но и является постоянным организатором большого количества мероприятий Российского, Республиканского и городского масштаба (конференция «Рябининские чтения», Детский музейный праздник, туристические выставки в России и за рубежом, дни города и пр.). При совместной организации различных мероприятий музей вкладывает финансовые средства, привлекает свой кадровый и технический потенциал.

В данном контексте мы можем рассматривать музей не только как организатора, но и как благотворителя и спонсора культурно-массовых и научных мероприятий на территории республики.

4. Музей как образовательный центр

Одним из важнейших направлений работы музея «Кижь» является музейно-образовательная деятельность. Детский музейный центр (ДМЦ) изначально построен как центр, имеющий периферию, – систему баз, вынесенную в общество. Создана «система непрерывного образования культурой»: детский сад-школа-вуз. С 2000 г. опыт ДМЦ стал востребован на российском уровне и был включен в российские учебные пособия по музейной педагогике и музейному делу.

Вся деятельность ДМЦ связана с партнерами. В работе ДМЦ участвуют не только сотрудники музея, но и тысячи школьников, сотни педагогов, управленцы, волонтеры. В основном это жители и организации Карелии, но на сегодняшний день география постоянных партнеров ДМЦ – это более 10 регионов России. Сегодня ДМЦ – это институт партнерства и реальный коммуникативный канал результативного взаимодействия музея и общества.

За последние десять лет центром обслужено детей и взрослых такими формами работы как выставки, научно-методические мероприятия, массовые мероприятия, Летняя музейно-этнографическая школа,

Летний университет, музейно-образовательные программы, экскурсии, лекции) – 406214 чел. (более 60 % населения республики)!

На базе музея сложился Российский образовательный центр, который за эти годы создал инновационную систему «Образования культурой», нацеленную на активное использование познавательного и воспитательного ресурса музея-заповедника «Кижы» (Летняя школа, Летний университет, Детский праздник), историко-культурного наследия Республики Карелия, коллекций музеев Карелии.

II. Проблемы музея

Проблемы музея можно разделить на общероссийские, которые испытывают все музеи-заповедники России и региональные.

1. Общие проблемы

С момента образования музеев-заповедников в 60-70-е годы прошлого века остро стоит вопрос о разработке закона РФ о музеях-заповедниках, так как до сих пор юридически не определен и не закреплен статус «музей-заповедник». С юридической точки зрения, – это несуществующая организационная форма.

Разница между музеем и музеем-заповедником огромна. В первую очередь, это наличие значительных территорий, на которых расположены музейные объекты и музейные коллекции. Именно территориальная составляющая музея-заповедника диктует необходимость разработки и утверждения зон охраны объектов культурного наследия, плана развития музея, наличия собственных коммуникаций, служебных зданий, разнообразной техники (в т.ч., сельскохозяйственной), нетрадиционных систем, средств и способов защиты объектов, а также необходимость ухода и содержания территории. Учитывая то, что обычно музеи-заповедники расположены в труднодоступных местах, организацией всех этих мероприятий музею приходится заниматься самостоятельно. Для этого необходимы специальные разрешения, лицензии, достаточно большой штат и, как следствие, дополнительные правовые, организационные и финансовые затраты.

Не имея своего правового поля, музей не может эффективно решать данные вопросы и обеспечить достойное содержание и охрану территорий и объектов.

1.2. Проблемы, связанные с реставрацией объектов культурного наследия

В России практически не осталось профессиональных реставрационных организаций, которые в действительности понимают, что такое реставрация объекта. Лицензию и разрешение имеют многие, но настоящих реставраторов, теоретически и практически подготовленных, мало. Данная ситуация усугубляется необходимостью проведения конкурсов на проведение реставрационных работ, когда оказаться победителем может любая организация, имеющая разрешительные документы. Но разрешительные документы еще не означают, что работа будет выполнена на должном уровне.

1.3. Это относится и к производству общестроительных работ, на которые проводится аукцион, где единственным критерием является самая низкая цена. Музей уже неоднократно становился заложником ситуации, когда недобросовестный подрядчик сбивал цену в два и более раз, а затем не мог выполнить контракта или пытался выполнить его некачественно. Для нас, как для музея, обслуживающего максимум посетителей в летний период, это тем более важно, потому что мы теряем время, которое потом приходится наверстывать в летний период, иногда причиняя неудобства посетителям.

1.4. Много запретов по различным нормам (в том числе пожарным). Например, в европейских музеях есть возможность топить в доме печь, показывать традиционную кухню и другие элементы традиционного хозяйствования, делающие экспозицию «живой». Наше законодательство и различные нормативы довольно жестко ограничивают подобные демонстрации, предъявляемые требования иногда несовместимы с экспозиционным показом («разрушают» экспозицию).

2. Региональные проблемы

Музей не предполагает своего развития в отрыве от окружающей территории. Сейчас музей-заповедник «Кижы» практически единственная градообразующая структура на территории Великогубского сельского поселения. Территория сильно деградирована и находится в запущенном состоянии. На протяжении ряда последних лет практически не решались вопросы медицинского, транспортного и продовольственного обеспечения жителей прилегающей к музею территории. Музей, обеспечивая жизнедеятельность своих сотрудников на территории, безусловно, оказывал помощь и местным жителям. Музеем было организовано медицинское обслуживание, доставка продовольствия, оказано содействие в организации службы участкового инспектора, работы отделения связи, предоставления транспортного обслуживания и пр.

Несмотря на достаточно убедительные цифры и факты положительного влияния музея на современную деятельность региона, значение музея не всегда и не всеми оценивается однозначно, ведь с установлением высоких охранных статусов устанавливаются довольно серьезные ограничения по осуществлению различных видов деятельности в пределах охранных зон объектов культурного наследия. Но это вынужденная и правильная мера, позволяющая защитить памятник, его архитектурную идентичность, уникальность, целостность. Ведь именно эти ограничения позволят сохранить привлекательность объекта не только сейчас, но и в будущем.

Мы все знаем о положительном опыте развития туризма у наших ближайших северных соседей Финляндии и Норвегии. В Норвегии доходы от туризма сопоставимы даже с доходами от нефтедобычи. И все потому, что региональные и местные власти заинтересованы в развитии инфраструктуры, разрабатывают

программы, создают благоприятные условия и для учреждений, сохраняющих объекты культурного наследия, и для предпринимателей, занимающихся обслуживанием посетителей, способствуют развитию инфраструктуры туризма без ущерба для природы и объектов культурного наследия.

На наш взгляд, тот вклад, который музей вносит в развитие территории и Республики в целом, заслуживает более серьезного отношения к музею и его проблемам со стороны Республиканских и местных властей. Ведь от своевременного и взвешенного решения вопросов зависит не только нормальная работа музея, но и, как мы показали выше, благополучие многих жителей Карелии, а также организаций, осуществляющих свою деятельность, направленную на организацию и обслуживание туристического потока на Кижии.

Например, земельный вопрос. Музей работает над решением этой проблемы более 10 лет. Для того, чтобы содержать территорию (чистить, выкашивать траву, благоустраивать, ремонтировать дороги и т.п.), достойно принимать посетителей, как подобает музею такого уровня, необходимо, чтобы земля, на которой находится музей была передана в его собственность. Иначе все затраты, которые несет музей по уходу и содержанию территории являются, нецелевым расходом средств.

На сегодняшний день большая часть о. Кижии (155 га или 75 % от общей площади) принадлежит местным властям, у которых нет возможности и средств заниматься содержанием территории. Музею отведены только «пятна застройки» под памятниками, которые находятся на всей территории острова. Музей содержит свои земельные участки, но большая часть территории не окашивается, дороги не ремонтируются, не проводятся мероприятия по обработке территорий от насекомых, грызунов и пр. Точнее, это делает музей в меру своих сил, т.к. финансирование на эти цели не может быть выделено из федерального бюджета, в связи с тем, что земля не принадлежит музею. Проведение таких мероприятий не в полном объеме создает непосредственную угрозу не только объектам культурного наследия, но и посетителям острова.

Одним из самых важных документов, защищающих целостность архитектурного ансамбля, является проект зон охраны. В 2009 г. документ был утвержден. Но до этого прошло почти десять лет постоянных обращений музея во все региональные инстанции с просьбами и обоснованиями необходимости принятия данного документа. За это время часть исторического окружения ансамбля Кижского погоста серьезно искажалась, а часть просто перестала существовать. Однако при утверждении проекта зон охраны изначально можно было определить с местами и видами деятельности вокруг зон охраны и создать серию инвестиционных и бизнес-проектов, направленных на развитие территории, создание новых рабочих мест, повышение финансового благополучия жителей территории без ущерба для культурной и природной составляющей.

Следующий ряд проблем музея связан со слабой проработкой участия музея «Кижии» и использования его потенциала в стратегии развития туризма и его инфраструктуры в Карелии. Следует отметить, что музей «Кижии» является одним из наиболее привлекательных объектов в Карелии, в том числе (благодаря статусу объекта Всемирного культурного наследия) и для иностранных туристов. В общем потоке посетителей музея иностранные посетители за последние годы составляют от 51 до 55 %.

Труднодоступность острова. Музей открыт и готов принимать посетителей круглый год, но слабое развитие транспортной инфраструктуры ограничивает поток посетителей. Так, например, в 2009 г., Беломорско-Онежское пароходство перестало осуществлять пассажирские перевозки по маршруту Петрозаводск–Кижии–Великая Губа. До 2009 г. услуги по перевозке пассажиров на Кижии оказывали 2 транспортные компании. В 2008 г. 266 «Комет» и 218 «Метеоров» подходили к причалу острова Кижии. В 2009 г. остался только один перевозчик на Кижии – транспортная компания «Кижское Ожерелье». Она организовала 291 рейс своих «Метеоров». Количество посетителей музея по этой причине снизилось примерно на 25 тыс. человек. Это не только доход музея, но и рабочие места, а также доходы других предприятий и организаций, осуществляющих обслуживание туристов.

В зимний период остров практически недоступен именно из-за недостатка транспорта и высокой стоимости транспортных услуг.

Снижение количества пассажирских теплоходов местных линий в 2009 г. негативно отразилось и на жителях прилегающих территорий. Попасть к месту жительства они могли только раз в неделю.

Значительно возросла стоимость поездки на о. Кижии. Для большой группы населения она стала просто нереальной. Кроме того, такой рост цен часто связывают с именем музея, который на самом деле не может влиять на ценовую политику судоходных компаний. Цены на билеты в музей в 2009 г. подняты не были, несмотря на то, что для музея этот год был также кризисным, и сам музей уже жил в ином ценовом пространстве (многие организации, предоставляющие свои услуги музею на острове, резко повысили их стоимость).

Следствием слабой проработки участия музея «Кижии» в развитии региона является также отсутствие туристической инфраструктуры на острове и в его окрестностях. И как следствие, короткое время стоянки «Метеоров» и круизных судов – максимум 3 часа. Специалистами музея-заповедника «Кижии» разработан широкий спектр программ, маршрутов и экскурсий, однако по объективным причинам музей не в состоянии реализовать эти услуги приезжающим туристам за три часа. За отведенное время турист успевает ознакомиться только с центральной экспозицией. Одним из возможных вариантов решения данной проблемы было бы создание сети туристских приютов и гостиниц недалеко от острова. Так, в 2001 г. было утверждено ТЭО развития музея, которым предусматривались инвестиционные проекты по развитию сети гостиниц и при-

ютов в окрестностях острова. Эти проекты не реализованы до сих пор, в том числе и в связи с отсутствием транспортной и коммунальной инфраструктуры (отсутствуют дороги, линии электропередач не соответствуют параметрам). Безусловно, это не только проблемы республиканских властей, в основном это проблемы вложения крупных государственных инвестиций в долгосрочные проекты. Вот почему музей-заповедник активно поддерживает Республику в таких проектах, и, как было сказано выше, результаты есть.

Тем не менее, более детальная проработка вопросов, связанных с развитием туристической инфраструктуры о. Кижы и окружающей территории на уровне Республики необходима. Особенно в существующем нормативном и законодательном пространстве, когда собственность, полномочия органов власти различных уровней, а также обязанности и ответственность жестко закреплены.

На протяжении почти двадцати лет музей-заповедник за счет собственных средств содержал медицинский пункт, который обслуживал не только сотрудников музея, но и посетителей острова, и местных жителей. В связи с разграничением полномочий музей вынужден прекратить предоставление данной услуги. Это является полномочиями районных органов самоуправления, и музей не имеет права оказывать данную услугу. На сегодняшний день проблема не решена. Это ставит под угрозу безопасность посетителей и сотрудников музея. В том числе препятствует нормальному обеспечению жизнедеятельности на территории. Также музей ведет ремонт части дорог, расположенных на территории, переданной музею (это 6,3 км дорог), но еще около 10 км дорог и пешеходных тропинок нуждаются в ремонте. Мы не можем ремонтировать эти дороги, т.к. они не стоят на балансе музея. Плохое состояние дорог острова – это не только имидж музея и Республики, но и обеспечение безопасности объектов культурного наследия, а также посетителей острова.

Не проработаны прочие вопросы транспортного и инфраструктурного обеспечения посетителей. Так, например, одним из возможных круглогодичных путей доставки посетителей на остров мог быть путь через Великую Губу. Но необходима хорошая дорога, информационное обеспечение и сервисные пункты по пути следования. Это находится в компетенции местных и районных властей. Поселок мог быть одним из мест строительства гостиницы или сети гостиниц для посетителей за пределами охранной зоны музея.

Требует развития и сервисная инфраструктура на о. Кижы. За годы существования музея цивилизованных условий для пребывания посетителей не было создано. Музеем разработан проект административно-сервисного центра на о. Кижы для обеспечения комфортного пребывания на острове посетителей (укрытия от непогоды, обеспечения качественного питания для групп, организация инфоцентра и пр.) который проходит экспертизу и корректируется в соответствии с замечаниями российских и международных специалистов.

Не решены проблемы и с жильем для специалистов музея и внештатных экскурсоводов, ведь для качественного обслуживания посетителей, охраны объектов, их содержания и ухода за территорией необходим значительный штат. В настоящий момент музей пытается решать данную проблему собственными силами, хотя это менее эффективно.

Отсутствуют документы планирования развития территории (Генеральный план развития Великогубского сельского поселения), что серьезно тормозит развитие музея, а также выполнение задач, стоящих перед музеем, разработку всех необходимых документов по сохранению объектов культурного и природного наследия (в том числе и международных, таких как План управления объектом всемирного культурного наследия), а также развитие сервисной инфраструктуры на территории. И это связано с тенденцией развития индивидуального туризма. Турист поедет в Карелию, если сможет самостоятельно распланировать свое пребывание здесь, включая посещение объектов культурного наследия, участие в интересных событиях, рекреационный отдых.

На наш взгляд, необходимо комплексное продвижение Республики Карелия на туристический рынок, российский и международный. Необходимы каталоги туристических программ и маршрутов по Карелии, календарь событий, интересных для туриста (праздников и др.) в РК, в г. Петрозаводске.

Не отработана система планирования деятельности в сфере туристской инфраструктуры по разработке и предложению новых комплексных услуг, праздничных программ. Предпочитают работать на уже сформировавшийся поток, хотя необходимо формировать новые направления.

Суда, приходящие на о. Кижы, крайне неохотно заходят в г. Петрозаводск, что лишает республику, и столицу Карелии в частности, дополнительных экономических выгод от туристического потока. Причина очевидна – во-первых, нет качественной туристской инфраструктуры, во-вторых, нет достойных объектов показа, которые могли бы подвигнуть круизные кампании изменить свой отработанный годами маршрут и включить в него г. Петрозаводск.

Над одним из таких потенциальных объектов туристического показа музей работает уже несколько лет – сохранение и музеефикация квартала исторической застройки и создание музея городской культуры (Старый город). Когда-то республика тратила огромные средства на создание исторического деревянного квартала. Эта уникальная территория города находится под угрозой исчезновения, и решить эту проблему без взаимодействия музея, городской администрации и республиканских властей невозможно. Музей отреставрировал несколько зданий. Они стали украшением квартала, и квартал приобрел достаточно привлекательный вид. Выставки и программы музея в Старом городе привлекают все большее количество посетите-

лей (в т.ч. и туристов). Тем временем остальные здания в квартале исторической застройки медленно перетекают в частные руки без соблюдения требований к сохранению исторического облика квартала.

Выводы

На наш взгляд, учитывая столь существенный вклад музея в социальную, культурную, образовательную, финансовую и другие составляющие развития Республики Карелия, необходима разработка на уровне Республики комплексной стратегии развития прилегающих территорий, инфраструктуры, обеспечивающей жизнедеятельность острова и посетителей музея, создание благоприятных условий, в том числе принятие нормативных и правовых актов для выполнения музеем задач по сохранению объектов культурного и природного наследия Республики Карелия.

Принятие и реализация взвешенной и обдуманной стратегии по развитию музея «Кижы», прилежащей территории и ее инфраструктуры, позволит многократно повысить привлекательность территории, создать цивилизованный и разнообразный рынок туристских услуг на территории Карелии, повысить безопасность объектов культурного наследия и комфортность пребывания посетителей острова и, как следствие, решить финансовые и социальные проблемы территорий, прилежащих к Кижам, а также значительно повысить вклад музея в развитие Республики в целом.

УДК 383.483.12

Музычук В.Ю.

РОЛЬ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье рассмотрены перспективы развития культурного туризма в России и возможности вовлечения объектов культурно-исторического наследия в хозяйственный оборот индустрии культурного туризма с целью сохранения и эффективного использования памятников истории и культуры, а также популяризации культурного наследия России, как в стране, так и за ее пределами. Автор акцентирует внимание на основных механизмах применения государственно-частного партнерства в сфере сохранения и эффективного использования объектов культурно-исторического наследия.

Muzychuk V.Y. A Role of the Cultural Tourism in Modernization of the Russian Economy

The perspectives in development of the cultural tourism in Russia and opportunities to involving the cultural-historical heritage sites into the economic turnover of the cultural tourism industry with the aim to reserve and to use the historical and cultural monuments effectively, with the aim to popularize the cultural heritage of Russia inside the country and far abroad are examined in the article. The author pays great attention to the main mechanisms of allocation of the public-private partnership in the sphere of reservation and effective usage of the cultural-historical heritage sites.

В настоящее время туризм является одним из наиболее динамично развивающихся сегментов мировой экономики. По данным World Travel and Tourism Council (WTTC), объем мировой индустрии туризма составил в 2009 г. 9,4 % от мирового ВВП, что, несмотря на последствия мирового финансового кризиса, меньше уровня 2008 г. всего лишь на 0,2 процентных пункта. Численность занятых в этой сфере достигла в 2009 г. 8,2 % от общей численности занятых в мировой экономике (2008 г. – 8,4 %). За период с 1988 по 2010 гг. объем мировой индустрии туризма увеличился более чем в 1,5 раза (рис. 1).

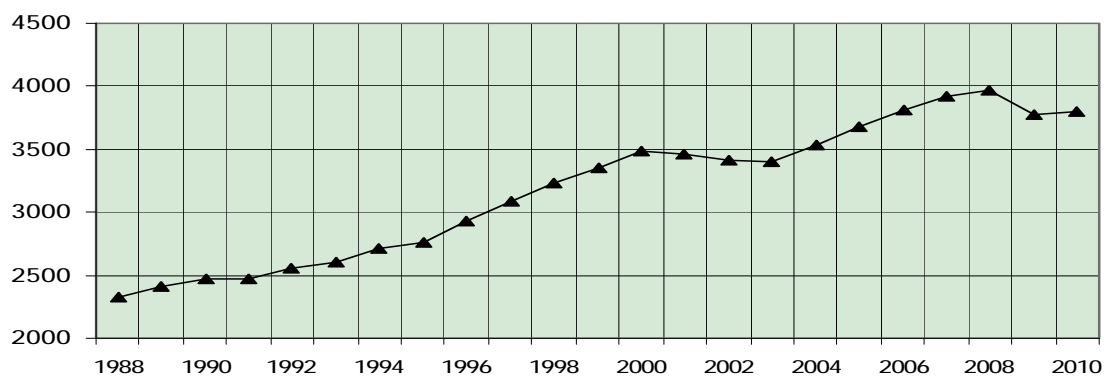


Рис. 1. Физический объем мировой индустрии туризма и путешествий, млрд долл., в сопоставимых ценах (2000 г.)

Подобного рода тенденции характерны и для России. Правда, за рассматриваемый период объем индустрии туризма в РФ вырос более чем в 3,5 раза (рис. 2).

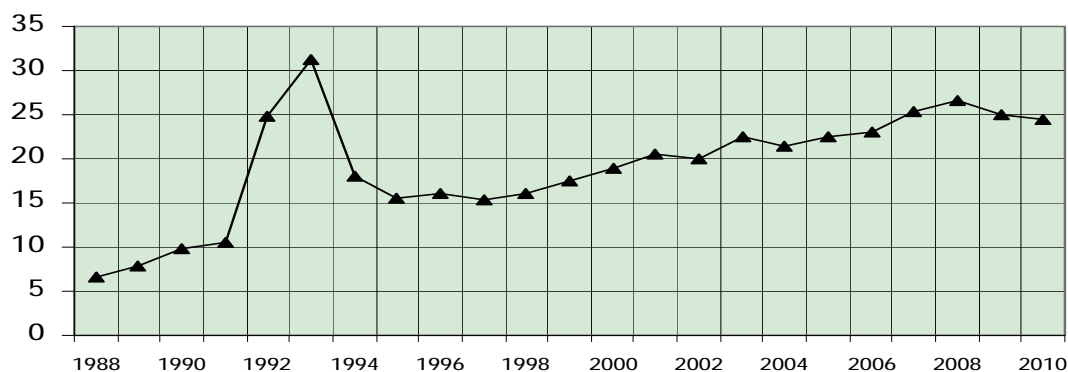


Рис. 2. Физический объем индустрии туризма и путешествий в России, млрд долл., в сопоставимых ценах (2000 г.)

Безусловным лидером индустрии туризма в России является выездной туризм (туры по зарубежным странам, проданные гражданам России), на долю которого пришлось в 2008 г. 72,3 % от общего числа туристов (5,5 млн чел.) или 84 % от общей стоимости проданных путевок (98,9 млрд руб.). Внутренний туризм (туры по России, проданные гражданам России) составил 25,1 % от общего числа туристов (1,9 млн чел.) или 15 % от общей стоимости проданных путевок (17,7 млрд руб.). Въездной туризм (туры по России, проданные иностранным гражданам) свидетельствует о низкой туристической привлекательности России для иностранных граждан: 2,6 % от общего числа туристов (198 тыс. чел.) или 1 % от общей стоимости проданных путевок (1,1 млрд руб.)¹.

В 2008 г. российскими гражданами было совершено 20464 тыс. выездов за границу, что почти в два с половиной раза выше уровня 1995 г. Более половины зарубежных поездок были связаны с туризмом (52 %) (рис. 3). Следует отметить, что 30 % выездов за границу, носящих частный характер, в потенциале своем имеют хотя и завуалированный, но вполне определенный туристический подтекст.

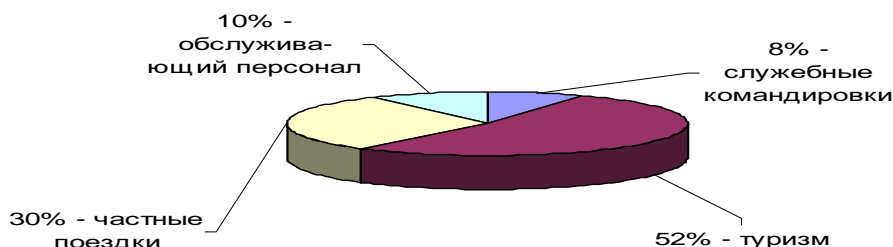


Рис. 3. Выезд за границу российских граждан по целям поездок в 2008 г.

Что же касается въезда иностранных граждан в Россию, то статистические данные по целям поездок подтверждают тот факт, что Россия не обладает туристической привлекательностью для иностранных граждан (рис. 4).

Иностранцы преимущественно посещают Россию по долгу службы (35 % от общего числа въездов в Россию), а не в качестве места проведения своего отдыха. За период с 1995 по 2008 гг. число поездок увеличилось в 1,6 раза. Следует отметить, что общее число въездов иностранных граждан в Россию в 2008 г. (8551 тыс. поездок) было более чем в 2 раза меньше числа выездов российских граждан за границу (20464 тыс. поездок).

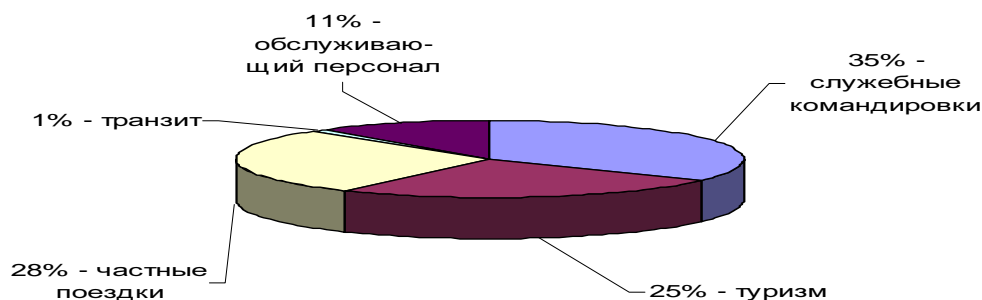


Рис. 4. Въезд в Россию иностранных граждан по целям поездок в 2008 г.

¹ Платное обслуживание населения в России – 2009. Стат. сборник. Росстат, 2009. С. 255.

В свою очередь социологические опросы свидетельствуют о том, что подавляющая часть населения России не пользуется услугами индустрии туризма при проведении своего отпуска. Так, по данным Аналитического центра Юрия Левады (Левада-Центра) в 2009 г. на вопрос «где Вы, члены Вашей семьи собираетесь отдыхать этим летом?», 24 % опрошенных ответили «на даче, садовом участке», 31 % – «останемся дома, будем заниматься своими делами», 20 % – «не поедем отдыхать, нет денег»². Таким образом, подавляющая часть россиян (75 % опрошенных) в силу разных причин, но преимущественно экономического характера, не рассматривает туризм в качестве реальной альтернативы проведения своего отдыха.

Между тем Россия обладает колоссальным природным и культурным потенциалом для развития туризма. В данной статье остановимся на перспективах развития культурного туризма в России и возможностях вовлечения объектов культурно-исторического наследия в хозяйственный оборот индустрии культурного туризма с целью сохранения и эффективного использования памятников истории и культуры, а также популяризации культурного наследия России как в стране, так и за ее пределами.

На сегодняшний день не существует четкого устоявшегося определения понятию «культурный туризм». Более того, в специализированной литературе встречаются такие словосочетания, как «познавательный туризм», «heritage tourism», «historic tourism», которые в целом тождественны термину «культурный туризм». Основное отличие культурного туризма от туризма в его привычно бытовом понимании заключается в том, что, если основной целью среднестатистического туриста является проведение своего отдыха, то культурный турист во главу угла ставит удовлетворение культурных потребностей, хотя, откровенно говоря, четко отделить одно от другого не представляется возможным. Так в соответствии с определением, принятым European Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS), культурным туризмом признается «...перемещение людей к культурным достопримечательностям, находящимся за пределами их постоянного места проживания, с намерением получить новую информацию и опыт для удовлетворения своих культурных потребностей»³. В соответствии с социологическим исследованием, проведенным ATLAS в 1997 г., из 8000 респондентов, направлявшихся в 20 различных культурных мест Европы, 50 % заявили, что планируют посетить музей во время своей поездки, 40 % – намерены посетить тот или иной памятник истории и культуры, 30 % – хотели бы пойти на выставку⁴. Причем, только 20-30 % опрошенных идентифицировали себя как представителей культурного туризма⁵.

Опыт развитых стран последних десятилетий демонстрирует усиление позиций культурного сектора в национальных экономиках. Причем речь идет не только об увеличении доли культурного сектора в ВВП, росте численности занятых, расширении объемов мировой торговли культурной продукцией, но также и об инновационной и инвестиционной привлекательности отдельных сегментов культурного сектора, чей вклад оценивается не только с точки зрения накопления невещественного богатства, что ценно само по себе, но и через призму экономической эффективности. Среди таких секторов, наряду с так называемыми творческими индустриями, особенно следует выделить сферу сохранения и эффективного использования культурно-исторического наследия. Мировая практика свидетельствует о том, что недвижимые памятники истории и культуры становятся в настоящее время стратегическим ресурсом социально-экономического развития территории, а вложения в их сохранение и реставрацию являются не только проблематикой высокого общественного звучания, но и экономически оправданы.

Ярким примером тому служит реализуемая в США, начиная с 1970-х годов прошлого века, программа Национального траста по сохранению исторического наследия «Главная улица» («Main street»), основной целью которой является восстановление и возрождение исторического облика городов. Результаты программы свидетельствуют о том, что «всего лишь за три года каждый вложенный в проект «Главная улица» доллар принес в среднем 11 долл. в виде новых инвестиций в исторический центр города»⁶.

С точки зрения социально-экономического развития основные преимущества от сохранения культурно-исторического наследия в целом и проведения ремонтно-восстановительных работ в частности заключаются в следующем:

1. *Создание новых рабочих мест*, причем в большинстве своем среди местного населения. Практика показывает, что до 70 % расходов идет на оплату труда, поэтому вложенные средства остаются в регионе, участвуют в улучшении инвестиционной привлекательности территории, а также способствуют развитию местной бизнес-среды. Кроме того, на ремонтно-восстановительных работах объектов культурного наследия, как правило, задействованы рабочие более высокой квалификации в отличие от рабочей силы, привлекаемой при новом строительстве, что дает дополнительные стимулы для повышения профессионального уровня, творческого подхода к профессии, а значит и совершенствования человеческого потенциала в целом. Снижение уровня безработицы, в свою очередь, способствует нормализации социального микроклимата в регионе.

² Общественное мнение – 2009. М.: Левада-Центр, 2009. С. 130.

³ Bonet, Lluís. Cultural Tourism. / A handbook of cultural economics / edited by Ruth Towse. P. 187.

⁴ Там же, P. 188.

⁵ Там же, P. 189.

⁶ Рипкема Д. Экономика исторического наследия. Практическое пособие для руководителей. М.: ЗАО «Билдинг медиа груп», 2005. С. 140.

2. *Развитие культурного туризма.* Исследования в этой области свидетельствуют о том, что на долю культурного туризма приходится 37 % от всего мирового объема туризма, а темпы его ежегодного роста составляют 15 %⁷. Исследователи отмечают, что расходы, понесенные на территории самого памятника истории и культуры, составляют лишь 6-10 % от общей суммы, потраченной туристом в этом районе⁸. По данным американской некоммерческой организации «Americans for the arts», посетители культурного объекта дополнительно к стоимости самого посещения в среднем тратят 27,79 долл. в расчете на одного человека и на одно посещение, что идет на оплату питания, сувениров, транспорта, жилья. Причем для местного жителя эти дополнительные расходы почти в два раза меньше, чем для приезжего, что составляет, соответственно, 19,53 долл. против 40,19 долл.⁹ Результаты исследования подтверждают тот факт, что туристы, путешествующие с целью ознакомления с культурными достопримечательностями, тратят больше, пользуются услугами индустрии гостеприимства и, как правило, остаются на более продолжительное время, чем местное население или жители близлежащих районов, поэтому сохранение культурно-исторического наследия становится катализатором социально-экономического развития территории.

3. *Развитие сопряженных отраслей* – индустрии гостеприимства, транспортной и коммунальной инфраструктуры. За более чем 35-летнюю историю реализации проекта «Главная улица» в США были реконструированы или построены десятки тысяч километров дорог, усовершенствовано техническое состояние электросетей, водоснабжения, газового хозяйства, канализационных систем и т.д., что, в свою очередь, способствует улучшению качества жизни и повышению инвестиционной привлекательности территории.

Акцентирование внимания на развитии культурного туризма на основе эффективного использования культурно-исторического наследия является чрезвычайно актуальной задачей для современной России, так как в условиях изменения технологического уклада, спада промышленного производства, усиления крена в сырьевую направленность национальной экономики, именно вовлечение памятников культурно-исторического наследия, которыми так богата страна, в хозяйственный оборот индустрии культурного туризма способны стать реальной альтернативой постепенно отмирающим «градообразующим предприятиям». В качестве примера можно привести музей-заповедник А.С. Пушкина «Михайловское» в Псковской области, который в настоящее время фактически является «районообразующим предприятием», так как в работе музея и обслуживании туристов занят чуть ли не каждый пятый житель района. По словам директора заповедника, ежегодный вклад музея-заповедника в экономику района со стороны музея равен бюджету района¹⁰. Еще один пример – в музее-заповеднике Л.Н. Толстого «Ясная Поляна» успешно внедряется «модель развития региона с опорой на историко-культурный ресурс», в которой Ясная Поляна выступает «в качестве катализатора социально-экономического развития региона»¹¹. Однако приведенные примеры – скорее исключение, чем правило.

По данным Росстата, 35,9 тыс. памятников истории, 66,2 тыс. памятников градостроительства и архитектуры состояли на государственной охране в РФ в 2008 году¹². Однако доля реставрируемых в 2007 г. памятников не превысила 2 % от общего числа недвижимых памятников истории и культуры. По данным Минкультуры России, доля объектов культурного наследия, находящихся в *удовлетворительном* состоянии, в общем количестве объектов культурного наследия федерального значения составила в 2007 г. только 28 %¹³.

Совокупный объем финансирования ремонтно-восстановительных работ недвижимых памятников культурного наследия составил в 2007 г. 11,6 млрд руб. в реальном выражении. В среднем по России на ремонтно-восстановительные работы одного памятника истории и культуры было выделено 37,9 тыс. руб. На один реставрируемый памятник в 2007 г. было выделено чуть менее 2 млн руб.¹⁴.

Следует признать, что в России колоссальный экономический и инновационный потенциал от эффективного использования недвижимых объектов культурно-исторического наследия не задействован и не востребован. С одной стороны, вложения в ремонтно-реставрационные работы по сохранению объектов культурно-исторического наследия считаются обременительными для бюджета. С другой, – надежда на массовую приватизацию культурно-исторической недвижимости как панацею от разрушения памятников также не оправдала себя. Совершенно очевидно, что у современного российского государства нет необходимых и достаточных средств для сохранения культурно-исторического наследия, однако львиная доля памятников находится в государственной собственности и их передача в частную собственность по ряду причин, как минимум, нецелесообразна, как максимум, – противопоказана. В этой связи особую актуальность представляет собой *разработка и применение*

⁷ Там же, с. 006.

⁸ Там же, с. 007.

⁹ Arts and Economic Prosperity III. The economic impact of nonprofit arts and culture organizations and their audiences. National report. 2007 (<http://www.AmericansForTheArts.org>). P. 15-16.

¹⁰ Товарева Л. «Нефть» Псковской губернии. // Культура. № 48 (7661) 11-17 декабря 2008 г.

¹¹ Шаповал С. Латифундист нашего времени. // Независимая газета. 18.06.2004.

¹² Российский статистический ежегодник. 2009: Стат. сб./Росстат. – М., 2009. С. 285.

¹³ Из доклада Д.М. Амунца «Государственно-частное партнерство как приоритетное направление сохранения и использования памятников истории и культуры» на конференции «Применение механизмов государственно-частного партнерства в области культуры», проходившей в Москве 26 февраля 2007 г.

¹⁴ В среднем на один реставрируемый памятник в Санкт-Петербурге в 2007 г. было выделено 8,9 млн руб. (в 2006 г. – 13,3 млн руб.), Республике Бурятия – 5,6 млн руб., Москве – 5,3 млн руб., Тамбовской области – 4,9 млн руб., Тюменской области – 3,8 млн руб., Республике Татарстан – 3,3 млн руб. (в ценах 2000 г.).

механизмов государственного-частного партнерства в сфере сохранения и использования объектов культурного наследия с целью активизации индустрии культурного туризма, которые достаточно широко применяются в мировой практике, но в России пока еще находятся в латентном состоянии.

Государственно-частное партнерство (ГЧП) представляет собой долгосрочное и взаимовыгодное сотрудничество между государством и бизнес-сообществом на основе объединения ресурсов, вовлечения в хозяйственный оборот государственной собственности и привлечения частных капиталовложений. Следует отметить, что ГЧП имеет ярко выраженную публичную направленность, так как главной целью его реализации является удовлетворение общественных потребностей. В отношении механизмов ГЧП в сфере сохранения и использования объектов культурно-исторической недвижимости речь идет о том, что государство частично снимает с себя полномочия по сохранению и управлению памятниками (права владения и распоряжения), передавая их частным хозяйствующим субъектам, при этом оставляя за собой права собственности на них.

Характерной особенностью ГЧП в сфере сохранения объектов культурного наследия является обязательность заключения трехстороннего соглашения: речь идет не только об участии федеральных органов власти, органов исполнительной власти субъектов РФ или муниципального образования и частного инвестора, но и территориальных органов, осуществляющих контроль за сохранением культурно-исторической недвижимости.

Основные организационно-экономические преимущества от использования механизмов ГЧП в сфере сохранения и использования объектов культурно-исторического наследия сводятся к следующему:

- Доступность альтернативных источников финансирования, так как формат прямого бюджетного финансирования не отвечает реальным потребностям сферы сохранения культурно-исторического наследия. Речь, в том числе, идет и о снижении бюджетной нагрузки государства в данной сфере.
- Привлечение частных инвесторов к ремонтно-восстановительным работам, управлению и эксплуатации памятников при сохранении государственной собственности на них.
- Предоставление услуг по управлению или эксплуатации памятников более высокого качества и поиск эффективных решений по вовлечению объектов культурно-исторической недвижимости в хозяйственный оборот на основе соблюдения оптимального соотношения «цена – качество». Мировая практика свидетельствует о том, что проекты, выполненные при 100 % участии государства, не отличаются высоким качеством, для них характерно превышение сроков реализации, а также объемов финансирования.
- Распределение между государством и частным сектором обязательств и рисков, связанных с сохранением и использованием культурно-исторических памятников.
- Соблюдение сроков реализации проектов в сфере сохранения и использования объектов культурного наследия, недопустимость их затягивания.
- Эффективное использование средств, вложенных государством и частным инвестором, оптимизация затрат, недопустимость раздувания бюджета и размывания ответственности.

Однако в России применение механизмов ГЧП в сфере сохранения и использования объектов культурно-исторической недвижимости сопряжено с возникновением ряда угроз, среди которых следует отметить опасность продажи культурного объекта частному инвестору; изменение целевого назначения объекта культурно-исторической недвижимости или прилегающей к нему территории, а также ненадлежащее их использование; передачу объекта культурного наследия в залог или совершение иных процедур, способствующих возникновению обременений на объект по окончании срока действия договора ГЧП.

Среди основных форм применения ГЧП в сфере сохранения и использования объектов культурно-исторического наследия в России следует выделить: управление, аренду, концессионные соглашения.

Управление объектами культурно-исторического наследия, находящимися в государственной собственности, частными компаниями широко распространено в мировой практике. Так, жемчужина Индии – мавзоль Тадж Махал управляется частной компанией «Indian Hotels Company, Ltd». Колонна Победы в Берлине находится в управлении у частной компании Monumentals.

В рамках управления объектом культурного наследия выделяется форма *доверительного управления*, в соответствии с которой собственник передает профессиональному управляющему обязанности по эксплуатации и использованию памятника, в том числе в целях извлечения прибыли.

В рамках *арендного соглашения* между арендодателем и арендатором в аренду могут передаваться объекты культурно-исторической недвижимости, находящиеся в оперативном управлении или хозяйственном ведении различных организаций и учреждений. Заключение договора аренды объектов культурного наследия, находящихся в федеральной собственности, осуществляется исключительно на конкурсной основе. В отношении объектов, находящихся в собственности субъектов РФ и муниципальной собственности, это правило не так жестко регламентировано. В договоре аренды может предусматриваться, что расходы по ремонту и содержанию памятника культуры возлагаются на арендатора или распределяются между собственником и арендатором. Арендатор имеет право на выплату собственнику льготной арендной платы в случае, если проведение ремонтно-восстановительных работ производилось за его счет. При этом доходы, получаемые арендатором в процессе своей деятельности с учетом использования памятника, остаются у него. Следует отметить, что организациям, основная деятельность которых в соответствии с уставом непосредственно связана с

развитием индустрии культурного туризма, различных культурных инициатив, следовало бы предоставить право преимущественной аренды.

В *концессионных соглашениях* в отношении объектов культурно-исторического наследия государство выступает в качестве концедента, который передает концессионеру (частному сектору) права пользования и владения памятником культурно-исторического наследия на временной и возмездной основе с целью проведения ремонтно-восстановительных работ, инфраструктурной застройки прилегающей к нему территории или его долгосрочной эксплуатации. Концессионер выплачивает государству установленные законом ставки за пользование государственным имуществом, уплачивает необходимые налоги и принимает на себя риски, связанные с реализацией концессионного соглашения. По истечению срока действия концессионного соглашения собственность возвращается государству. Отбор возможных претендентов для участия в концессии осуществляется на конкурсной основе.

Однако применение механизма ГЧП в России в сфере сохранения объектов культурного наследия тормозится рядом обстоятельств, среди которых следует отметить несовершенство действующего законодательства как в сфере сохранения объектов культурного наследия, так и самого механизма ГЧП, неразвитость института экспертизы и оценки культурных объектов, отсутствие специального налогового режима для привлечения инвесторов. В результате, огромный потенциал ГЧП не используется, Федеральный закон о концессионных соглашениях действует только на бумаге, а государство пытается решить проблему сохранения объектов культурного наследия исключительно в направлении их приватизации. Для общества же это чревато утратой памятников вследствие их естественного разрушения или отсутствием доступа к ним вследствие их перехода в частные руки.

Следует подчеркнуть, что ГЧП в сфере сохранения и использования объектов культурного наследия сводится не только к заинтересованности государства и бизнеса, но и общества в целом. Государственно-частное партнерство благодаря эффективному управлению государственной собственностью на основе инновационных управленческих решений и с привлечением частных капиталовложений позволит сохранить многие шедевры градостроительного искусства для будущих поколений, стимулировать развитие индустрии культурного туризма, а также будет содействовать популяризации культурного наследия России в стране и за ее пределами.

УДК 338.483.12: 069

Савватеев Ю.А.

О СОЗДАНИИ МУЗЕЯ ИСТОРИИ ГОРОДА ПЕТРОЗАВОДСКА. ЗА И ПРОТИВ!

В статье рассматриваются проблемы организации нового музея г. Петрозаводска, признание которых может получить при условии повышения уровня и качества просветительской деятельности за счет освещения различных сторон истории города. Автор предполагает активное участие жителей города в формировании фондов нового музея, включая дарителей частных коллекций.

Savvateyev U.A. About Creation of the Petrozavodsk History Museum. Pro and Con!

The problems concerning organization of a new museum in Petrozavodsk are examined in the article. This museum can obtain the recognition in the situation of increase of level and quality of the educational activity by means of interpretation of various sides of the town's history. The author proposes the active participation of inhabitants in the process of forming the funds of the new museum including grantors of private collection.

Такого музея в городе Петрозаводске пока еще не было, но вопрос о его создании уже поставлен и начал обсуждаться. Появились и сторонники, и противники этой идеи. В плоскость конструктивного обсуждения данная тема перешла на международном туристском форуме («Карелия – 2010»), где туризм рассматривался в общем контексте модернизации России и Карелии. Особый интерес в плане практической реализации данного замысла вызвал проект многопрофильного комплекса «Александровский завод» на месте бывшего ОТЗ. Там помимо жилой застройки, торгово-развлекательного центра, гостиничного комплекса инвесторы планируют и создание музейно-образовательного центра. Проект конкурсный, масштабный, влияющий на облик центральной части города и вызывающий живой интерес у петрозаводчан. Что-то в нем нравится, что-то настораживает, порождает вопросы и пожелания. Смушает плотность самой застройки территории, особенно жилой ее части при минимальных зеленых зонах. Напрягает мысль о необходимости органичной связи с давно освоенной окружающей территорией. Желание инвесторов создать в составе комплекса музейно-образовательный центр заслуживает внимания и всяческой поддержки.

Делается разъяснение, что задуман музей истории промышленности Петрозаводска. Предполагается, что он включит обновленные экспозиции существовавших прежде музеев ОТЗ и завода «Авангард», будет демонстрировать уникальные образцы промышленного производства, включая связанные с архитектурой и искусством. Планируется и изобретательный факультет с экспериментальными работами. Такой музей, бес-

спорно, имеет полное право на существование. Однако, на наш взгляд, можно обдумать и обсудить другие варианты, чтобы найти оптимальную форму реализации столь привлекательного замысла, устраивающую инвесторов, власти города, музейное сообщество, общественность.

Думается, что музей истории г. Петрозаводска может стать не менее привлекательным уже потому, что позволяет включить в него и другие тематические отделы помимо истории промышленных предприятий. Желательно музейными средствами отразить и общий процесс развития города, включая демографию, экономическую жизнь, социальную структуру, управление и самоуправление, его культуру, образование, науку, религию, роль «человеческого капитала», непосредственно «отцов» города. Власть и горожане – одна из важнейших «сквозных» тем в истории города на всех этапах его развития, как и укрепление связей и контактов с центральными городами и зарубежными странами, прилегающими территориями. Имеются все возможности нагляднее и полнее показать особенности ландшафта и природной среды на территории города и его окрестностей. Другими словами, нужен и многопрофильный музей города, способный отразить общий процесс развития Петрозаводска, все основные сферы жизнедеятельности, включая повседневность, личностное начало.

Социально-демографический фактор оставался одним из определяющих. Напомним, что в 1720 г. численность населения г. Петрозаводска составляла всего 3000 человек. В 1897 г. она достигла 12,5 тыс., в 1939 – 70 тыс. Затем происходит стремительный рост, и в 1970 г. число жителей возросло до 192 тыс. По данным на 2008 г. в городе проживает 268,8 тыс. человек. Значит, огромную роль играл процесс миграции, влияние приезжих, нередко оседавших здесь, обретавших вторую родину. Встает вопрос и о вкладе Петрозаводска и петрозаводчан в развитие Карелии и страны, международного сотрудничества, туризма, местного самоуправления, структур гражданского общества.

Казалось бы, все однозначно говорит в пользу создания такого музея. Но есть и сомневающиеся, даже противники. И у них для негативного отношения имеются серьезные основания. Им не совсем понятно, как получить нужные средства и помещение? Как собрать необходимые музейные фонды? Кто составит современную концепцию нового музея? Найдутся ли для него высокопрофессиональные кадры? Появление меценатов, поддержка общественности, значительный постоянный поток посетителей – все это тоже вызывает вопросы. Однако заглавным на данный момент является своевременность этой «затеи». Нужно принять во внимание, что в Петрозаводске уже функционируют несколько музеев, получивших признание и известность в городе, районах республики, в России и за рубежом. Не достаточно ли их? Ведь в них неплохо отражена и история г. Петрозаводска, включая историю «в лицах»¹.

Наконец, и это особенно важно – не пострадают ли начатые уже проекты и, в частности, завершение реконструкции и открытие постоянной экспозиции в Карельском государственном краеведческом музее (далее – КГКМ). А он, оказавшись в историческом здании на Круглой площади – там, где родился, буквально преобразуется, обретает новую жизнь. После капитального ремонта помещений и восстановления первоначального облика многих из них (прежде всего в подвальной части), 8 июня 2010 г. началось открытие залов первой очереди постоянной экспозиции КГКМ. Это «Природные особенности региона», «Каменная летопись», «Петровские заводы», «По высочайшему указу». 17 сентября торжественно открыты новые залы: «Северное порубежье», «Город – завод», «Горняки и лесорубы». Завершение ремонта и постоянной экспозиции – главная забота всех, кто причастен к музейному делу в Карелии.

КГКМ, располагающий огромными фондами, включая уникальные образцы, как бы рождается заново, с долгожданной постоянной экспозицией. Можно надеяться, что музей и впредь будет совершенствовать работу по сбору, хранению, реставрации и популяризации фондов, возрастет его роль как методического центра музеев Карелии, чему способствует и само переходное время. Это визитная карточка республики Карелия, богатейший источник наглядной, достоверной и убедительной информации о прошлом и настоящей Карелии, процессе ее развития, включая культуру, образование, науку, туризм, спорт т.д. Велика роль КГКМ в изучении, сохранении и рациональном использовании культурно-исторического наследия народов Карелии, укреплении исторической памяти населения, освещении преемственной связи поколений, межэтнического взаимодействия сотрудничества, внедрении инноваций. Просветительская деятельность КГКМ и других музеев является существенным вкладом в качественное, устойчивое развитие города и республики. Глубокую признательность вызывают истинные подвижники музейного дела. Недавно открытые залы постоянной экспозиции дают более полное представление посетителям о раннем периоде истории нашего края от его первоначального заселения и освоения до XVIII в. Это эпоха первобытно-общинного строя (VII тыс. до н.э. – I тыс. н.э.) и средневековья (IX-XVII в. н.э.). Отражением их являются наскальные изображения, материалы «летописной веси» X-XII вв., вещи из раскопок Соловецкого железоделательного завода «Железная пустынь», образцы вооружения XVII в., старопечатные книги. Представлен и период развития промышленности с XVIII до начала XX в. Отдельный зал посвящен возникновению и функционированию Александровского пушечного завода, возведенного в 1773-1774 гг. в Петровской слободе.

Выставлены образцы как военной, так и гражданской продукции: действующий мак пушечно-сверильного цеха, модели различных пушек, ядра и снаряды, ажурная ваза; подчасник в готическом стиле, бюст

¹ Сведения о музеях Петрозаводска и Карелии можно найти в Энциклопедии Карелия Том 2, Петрозаводск, 2006, с. 242-243; 342-343.

императрицы Александры Федоровны, раскрашенная чугунная отлива «Тайная вечеря» и др. раритеты. Экспозиция «Горняки и лесорубы» отражает становление и развитие лесной и горнодобывающей промышленности в Карелии. Лес и строительный камень начали добываться здесь еще в XVIII в. Мрамор, грань кварцит охотно использовались при строительстве и отделке дворцов, соборов и памятников Санкт-Петербурга, фонтанов Петродворца, павильонов Царского Села. Промышленное лесопроизводство начиналось с «пильных мельниц» и частных заводов XVIII в. и началу XX в. достигло весьма высокого уровня. Производственную жизнь лесозаготовителей отражают их пилы, багор плотогона, сплочная цепь, клеймо лесничего для отборки строительного леса.

Приведенная информация подчеркивает значимость завершения проделанной уже работы по созданию обновленного краеведческого музея с постоянной экспозицией. Он вправе претендовать на статус национального музея Карелии. Значит, все силы и средства следует сконцентрировать на завершении именно данного проекта. Организация нового музея, посвященного только истории города – следующий шаг в развитии музейного дела в Карелии. Однако к закладке его основ можно приступать без промедления. Все условия и возможности для этого есть. Можно приступать к подготовке и обсуждению концепции нового музея, сбору фондов для него, организации разного рода временных выставок. Не исключается и появление клуба искренних поборников данного начинания, готовых бескорыстно помогать становлению нового музейного учреждения в г. Петрозаводске.

В появлении его заинтересованы рядовые горожане, учреждения сферы образования, культуры и науки, органы власти всех уровней. Рядовым горожанам, школьникам и студентам новый музей сможет дать достоверную информацию по истории возникновения и развития города, роли «человеческого фактора» в нем, о системе управления и самоуправления, деятельности общественных организаций, социальной структуре, экономике и формах собственности, торговле, здравоохранении, образовании, науке, культуре, спорте, архитектуре, планировке, экологии. Для вдумчивых управленцев (чиновников) музей станет хранителем накопленного опыта жизни города. Востребованным музей истории Петрозаводска делает и текущая деятельность органов власти. В городе ежегодно проводятся праздники (включая юбилеи), фестивали, ярмарки, выставки. Для их успешного осуществления прошлый опыт просто необходим, поскольку облегчает их планирование, подготовку и проведение. Такой музей нужен и для укрепления дружеских связей и партнерства с зарубежными странами. Петрозаводск все чаще посещают и даже какое-то время проживают в нем представители зарубежных стран – международных организаций, городов-побратимов. Для них оперативная, достоверная и наглядная информация о городе крайне нужна.

Проявлением сложившегося добрососедства с Финляндией и скандинавскими странам служит парк скульптур городов-побратимов на набережной Онежского озера. Она становится все привлекательнее и для горожан, и для гостей города, туристов. Взаимопонимание, связь прошлого, настоящего и будущего остаются важным условием развития России и Карелии в постсоветский период, в условиях глобализации, поисков более совершенного устройства жизни в мире и на местах, в регионах. Необходимо сохранить в достаточной полноте историко-культурное наследие, включая городскую культуру и обычаи, формировать гражданское общество, во благо использовать процесс глобализации, умело сочетая его с региональной спецификой.

В новом музее речь непременно пойдет и о среде обитания петрозаводчан, связи их с миром природы, весьма суровой, не благоприятной для проживания, но все же привлекательной, привязывающей к городской земле, ее ландшафту и климату. И эта привязанность крепнет по мере того, как растет знание, понимание и чувство геологического, археологического и исторического времени на территории города и Карелии. Новый музей будет способствовать расширению и углублению знания и понимания природной среды, истории и культуры города. Открытие посвященного ему музея можно приурочить к 100-летию Республики Карелия. Он стал бы значимым подарком, укрепляющим связь республики и ее столицы, республиканских и местных органов власти, горожан и жителей районов.

Сторонники создания нового музея исходят из долговременных интересов устойчивого развития г. Петрозаводска как столицы Республики Карелия и крупного административного, промышленного, культурного, научного центра на Северо-западе России, как одного из привлекательных туристских центров страны, предлагающих качественные турпродукты и развитую инфраструктуру туризма. Роль нового музея в «туристской Карелии» трудно переоценить. Он тоже будет содействовать формированию привлекательного имиджа столицы РК г. Петрозаводска. Полезно глубже осмыслить и лучше отразить накопленный городом опыт в сфере управления, производства, общественной и культурной жизни, образования и науки. Пора воздать должное забытым или полузабытым деятелям прошлого, внесшим неоспоримый вклад в развитие нашего города и края. Следует помнить и тех, кто достойно представлял Карелию за ее пределами. Не зная и не понимая истории города, ее особенностей, труднее бескорыстно служить ему, полюбить его.

Одной из опор в развитии г. Петрозаводска становится туризм, включая международный. Петрозаводск открывает для данной сферы широкие возможности, которые задействованы пока не в полную силу. Большое число новых публикаций об истории и современном состоянии г. Петрозаводска позволяют рассказывать о нем полнее, интереснее и убедительнее. Научная основа, на которую можно опереться, значительно

окрепла. Конечно, польза от такого музея будет осознана не сразу и не всеми. Ему понадобится какое-то время, чтобы заявить о себе, получить признание, поддержку.

Перед музеем «Истории города Петрозаводска» помимо начального обустройства сразу встанут две неотложные проблемы, требующие творческого подхода к их решению. Первая – это собирание фонда музейных коллекций, полно, ярко и достоверно отражающего прошлую и настоящую жизнь города и горожан – как материальную, так и общественную, духовно-нравственную. Вторая проблема – привлечь посетителей, прежде всего молодежь. Музей сможет давать им полноценную информацию о прошлом и настоящем города с учетом современных требований науки, культуры и образования. Поможет формировать представления о самом процессе развития города, дать системный анализ основных фактов, событий, явлений, представить биографические справки об известных и неизвестных горожанах.

Одним из важнейших факторов развития Петрозаводска оставался социально-демографический. Напомним, что с 1720 г. число жителей составляло всего 3000 человек, в 1897 г. – 12,5 тыс., в 1939 г. – 70 тыс., в 1970 – 192 тыс., а в 2008 г. достигло 268,8 тыс. человек. Интерес могут вызывать все основные стороны жизни города и горожан, включая повседневный быт. Надлежит основательнее осмыслить и отразить вклад г. Петрозаводска и его жителей в развитие республики и страны в целом.

Музею потребует постоянная экспозиция. Она должна строиться по хронологическому принципу и охватывать всю историю города, вплоть до современности. Для экспозиции можно выделить пять основных периодов:

- I. Петровская слобода – 1703-1777 гг.;
- II. Петрозаводск в статусе города – 1777-1801 гг.;
- III. Петрозаводск в XIX в.;
- IV. Петрозаводск XX в.;
- V. Петрозаводск в начале XXI в.

Внутри них можно обозначить подпериоды (этапы). Например, в IV-м периоде желательно выделить следующие подпериоды: 1. Петрозаводск в начале XX в. (1901-1917), 2. Петрозаводск в годы революции и гражданской войны (1917-1920), 3. Петрозаводск в годы социалистического строительства (1920-1930), 4. Петрозаводск в годы Великой Отечественной войны (1941-1945), 5. Петрозаводск во второй половине XX в., 6. Петрозаводск в 1990-е годы.

Каждый из разделов постоянной экспозиции отразит важнейшие даты, факты, события свою «историю в лицах». Но важны и сквозные линии и сюжеты, позволяющие представить общий процесс развития и его основные факторы: архитектуру и градостроительство, управление, развитие промышленности, дороги и транспорт, торговлю, социальную структуру и демографию. Нельзя обойти вниманием развитие общественной жизни, медицины и здравоохранения, образования, краеведения, науки и культуры, туризма, роль православия и православной церкви, других конфессий, использование памятников природы, истории и культуры, природных ландшафтов на территории города и в его окрестностях.

Уровень и качество просветительской деятельности, туристических услуг во много зависит от подготовки экскурсоводов. Музей может стать традиционным местом посещения высокопоставленными лицами, приезжающих в Петрозаводск по долгу службы. К нему, скорее всего, потянутся местные жители, школьники и студенты. Представители государственных учреждений, министерств и ведомств найдут здесь немало интересного по вопросам управления и самоуправления, меценатства, примеры бескорыстного служения чиновников своему городу. Музей повысит уровень проведения мероприятий, посвященных юбилейным датам города, его предприятий, организаций и учреждений, наиболее известных деятелей. Здесь можно регулярно проводить презентации новых изданий по истории г. Петрозаводска, творческие встречи и вечера. Вовсе не исключено появление разных кружков для студентов и школьников, клубов по интересам для взрослых.

Вряд ли музей в обозримом будущем сможет перейти на «самофинансирование» и «самоокупаемость». Но избежать слишком больших расходов города и республики на его содержание можно и нужно. Постоянный его штат будет оставаться минимальным. Приходится полагаться на общественные начала, поддержку меценатов и горожан, общественности, коллекционеров. Потребуется современное техническое оснащение, информатизация и компьютеризация, использование интернетресурсов. Высока роль первого заведующего музеем. От его умения задать настрой всей многогранной деятельности, сделать ее максимально эффективной и полезной зависит многое. Создание нового музея станет еще одним шагом в развитии музейного дела в Республике Карелия, повышении их роли в жизни города и республики, в укреплении исторической памяти, чувства историзма.

Где может разместиться музей истории г. Петрозаводска? Лучший вариант – площадка бывшего завода ОТЗ. Вполне подходит и территория следственного изолятора, который планируется перевести в другое место. Еще один приемлемый вариант – выделение помещений в здании Олонецкой духовной семинарии, расположенного на территории штаба армии. Само оно по существу памятник народному образованию и Высокопреосвященному Григорию (Чукову), митрополиту Ленинградскому и Новгородскому (1870-1955). Получить его от Министерства обороны страны не просто, но все же при содействии Олонецкой и Петрозаводской епархии и высших органов власти возможно. Давно пора сделать данный памятник образования и православной культуры

доступным для горожан. Желательно поскорее выделить хотя бы одну ставку заведующего новым музеем. Пока можно найти и достойных кандидатов из числа тех, кто может незамедлительно приступить к исполнению своих обязанностей, начать составление концепции и сбор материалов для фондов музея, коллекций, в том числе на безвозмездной основе. Имеются и реальные жертвователи частных коллекций.

Среди них Н.С. Егоров – доцент кафедры французского языка педагогической академии, автор 10 книг о достопримечательностях и отдельных страницах истории г. Петрозаводска, истинный его патриот. Его личная коллекция удивляет своим разнообразием и общим объемом, настоящими раритетами. Собранные за много лет вещи, документы, издания, фотографии ярко отражают разные стороны жизни города и горожан. Это городское производство, и торговля, и ЖКХ, почта, история города в открытках, городские пейзажи, фотопортреты петрозаводчан, начиная с конца XX в. На фотографиях запечатлены многие факты и события как официальной, так и частной жизни, показана история города «в лицах». Имеются фотоснимки финнов-эмигрантов из Канады и США. Нашла отражение деятельность государственных, партийных, профсоюзных органов, общественных организаций, пионеров. Запечатлены и эпизоды выборных кампаний. Интерес вызывают разного рода личные документы: удостоверения, пропуска, грамоты, благодарности и т.д. имеются материалы и о силовых структурах.

Дыхание повседневной жизни передают карточки и талоны, образцы кухонной утвари, ухода за ребенком, бытовой техники, включая аудио и видеоаппаратуру, патефоны, проигрыватели, магнитофоны, репродукторы, динамики, фото и кинокамеры и т.д. Немало материалов, отражающих дачные заботы, отдых и развлечения, пребывание в санаториях и на курортах, повседневный быт и заботы. И все это богатство Н.С. Егоров готов предоставить безвозмездно ради организации нового музея, посвященного истории г. Петрозаводска. Единственное условие – каждая вещь должна сохранять изначальную прописку – «Из коллекции Н.С. Егорова».

К названному подвижнику присоединились его давние знакомые и друзья, которых сблизило коллекционирование – О.К. Сдобиков с богатой коллекцией аудио и видеоаппаратуры и В.Н. Брусникин с собранием радиоаппаратуры. И они не одни, Жертвователями своих коллекций, например, марок, готовы стать и другие. Техническая составляющая жизни города и горожан, включая радио, телефон, проигрыватели, велосипед и автомобиль, другую технику и механизмы, наглядно отражает прогресс городской жизни, ее неразрывную связь с научно-техническим прогрессом. Для подобных крупногабаритных экспонатов – первенцев такого прогресса желательно отвести специальную площадку, где их можно демонстрировать в натуре. Они станут привлекать внимание даже малышей.

Еще один щедрый даритель – известный музейный работник и краевед В.А. Савельев, много лет возглавлявший отраслевые музеи – сначала на ОТЗ, а затем и на «Северной Точке» – завод «Авангард». Его ампула, прежде всего, промышленное производство и люди, с ним связанные, – от рядовых тружеников до руководителей. Личный видеомузей В.А. Савельева настолько богат и разнообразен, что позволяет быстро оформить целый ряд выразительных тематических экспозиций и выставок, в основном отражающие производство, включая самые передовые технологии. Примечательно, что на наших городских предприятиях они появлялись нередко и весьма впечатляют. Одна из таких тематических экспозиций могла бы называться так: «Петрозаводск – город производства флотского оружия». Другие – «Петровский и Александровский заводы», «Онежский металлургический и машиностроительный завод», «Онежский тракторный завод – ОТЗ», «Завод «Авангард (Северная точка)». Собран материал и о заводах-предшественниках Петрозаводска.

Успеху дела будет способствовать использование богатого опыта реэкспозиций КГКМ. Кардинальные шаги по преобразованию его экспозиций предпринимались еще 1930-е годы и давали неплохие результаты. Этот опыт необходимо учесть и при разработке концепции нового музея. Следует еще раз обдумать туристские маршруты по городу и его окрестностям, обеспечить их высокий уровень. Посетители музея смогут обрести чувство жизни города, ее особенностей, понимание наиболее важных проблем, связанных с модернизацией на различных этапах, зарождением демократизации и самоуправления, ростков гражданского общества. Важно осознавать ход социально-демографических процессов, изменение уровня и качества жизни на различных этапах истории города. Желательно отразить и представления о г. Петрозаводске в нашей стране и за рубежом в разные времена.

Пора осознать, что знание прошлого и настоящего города Петрозаводска – это тоже ресурс его устойчивого развития. И власти, и горожане должны чувствовать его пульс, его устремления, его возможности. Каждый в меру своих сил и способностей может содействовать их реализации, участвовать в развитии города не только словами, но и практическими делами, включая самые малые. Людям, связавшим свою жизнь с Петрозаводском, изменения в нем к лучшему доставляют большую радость, в какой бы сфере они ни проявлялись. Желательно, чтобы таких изменений становилось больше, чтобы они не приостанавливались, становились эффективнее, повышали качество жизни города и горожан. Не раз раздавались заявления «Петрозаводск – самый лучший город в мире». Но они слишком слащавы и неубедительны. Пускай он будет одним из лучших на Севере Европейской части России, уютным и комфортным как для постоянных жителей, так и временных обитателей и гостей.

**ПРОБЛЕМАТИКА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И ПАЛОМНИЧЕСТВА
НА ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ.
ОПЫТ И ВОЗМОЖНОСТИ НЕЙТРАЛИЗАЦИИ
НЕГАТИВНОГО АНТРОПОГЕННОГО ФАКТОРА**

В статье поднимаются острые вопросы развития туризма и паломничества в таком уникальном уголке России как Валаамский архипелаг, где небольшая по площади Особо охраняемая природная территория является местом нахождения известнейшего мужского православного монастыря, светского поселка, а также местом массового прибытия паломников и туристов. Предлагаемые решения базируются на обобщении векового исторического опыта, наработанного Валаамской обителью.

Stepanov I.Y. The Problematic of the Tourism Development and Pilgrimage on the Protected Natural Areas. Experience and Opportunities for Neutralization of the Negative Anthropogenic Factor

The urgent issues concerning development of tourism and pilgrimage in such a unique place of Russia as the Balaam Archipelago where a small (in area extent) protected natural area is a place of being of the most important orthodox monastery, the settlement and a place of mass arrival of pilgrims and tourists is examined in the article. The supported proposals are based on the summarizing of the century-old historical experience that the Balaam monastery has.

В контексте конференции «Роль туризма в модернизации экономики российских регионов» чрезвычайно важным представляется обсуждение следующего фундаментального вопроса: каким образом возможно (и возможно ли вообще?) дальнейшее развитие туристического бизнеса без причинения вреда тем объектам, которые являются центрами притяжения крупных туристических потоков?

Иными словами, при планировании устойчивого *перспективного* развития туризма, мы неизбежно столкнемся с необходимостью разработки мер по сохранению природных и историко-культурных памятников. Иначе завтра нашим потомкам просто некуда будет ехать и не на что смотреть. Причем, при экстенсивном подходе, чем успешнее мы будем развивать свой бизнес сегодня, увеличивая число посетителей и количество предлагаемых программ, тем быстрее это *печальное завтра* наступит.

Проблема эта, конечно же, не нова. Живой интерес к ее обсуждению подтверждается тем, что только в 2009 г. мы трижды выступали на международных конференциях, так или иначе связанных с данной проблематикой: «Ладожская кольчатая нерпа», г. Санкт-Петербург, «Ладожский парламент», о. Валаам, «Туризм, религия и культура: Развитие регионов через туризм с духовным содержанием», г. Лечче, Италия.

В современной России в комплексном подходе к изучению экологических систем различных регионов принято выделение территориальных зон, различных по степени освоения и допустимому антропогенному воздействию на экологическую среду. В их ряду важнейшее место занимают *Особо охраняемые природные территории (ООПТ)*. К числу таких территорий в акватории Ладожского озера относится Валаамский архипелаг, который, свою очередь, обладает еще и целым рядом специфических черт.

Об уникальности природного комплекса Валаама русские ученые начали говорить еще с 19 века. Д.И.Менделеев в 1881 г. определил его как «феноменальный». И это не является преувеличением. На достаточно небольшой территории архипелага (36 кв. км) в силу его своеобразного географического положения и геологического строения сконцентрировано необыкновенно большое для Карелии количество ландшафтных комплексов (порядка 400 ландшафтных фаций), сосредоточено более 490 видов высших сосудистых растений (45 % от всего видового разнообразия Карелии), 43 из которых занесены в Красную Книгу Карелии.

Не так богат, но весьма интересен животный мир Валаама. Достаточно отметить, что на Крестовых островах, замыкающих архипелаг с севера, располагаются релаксационные залежки редчайшего пресноводного тюленя – ладожской кольчатой нерпы. По подсчетам экспертов, ее поголовье составляет в наши дни всего около 2,5 тыс. особей, а столетие назад оно доходило до 30 тыс.! На земном шаре пресноводный тюлень сохранился лишь в 3-х местах: на Байкале, в финском озере Сайма (в естественных условиях уже не размножается, только в специальных питомниках) и в Ладоге. Занесенный в Красную Книгу Мира, России и Восточной Фенноскандии ладожский тюлень стал в последние годы предметом изучения многих российских и скандинавских исследователей. Результаты этих исследований широко обсуждались в ходе международной научной конференции «Ладожская кольчатая нерпа – вчера, сегодня, завтра», которая проходила в С.-Петербурге в марте 2009 г.

Лежащий на пересечении миграционных путей Валаам обладает чрезвычайно богатой орнитофауной: здесь встречается 222 вида птиц, из которых на островах архипелага гнездятся 120. Из них 3 вида: чернозобая гагара, черная казарка и сапсан, – занесены в Красную Книгу России, а скопа – еще и в Красную Книгу Международного Союза Охраны Природы (МСОП). Уникальными являются пресноводные гнездовья популяций чегравы и обыкновенной гаги – типично морских птиц. Островные экосистемы архипелага и окружающие его акватории в 2000 г. отнесены к числу ключевых орнитологических территорий международного значения.

Однако совершенно очевидно, что емкость экоресурсов Валаама как небольшой по площади замкнутой экосистемы, очень невелика, следовательно, сама система требует к себе *максимально деликатного отношения*.

В дополнение укажем на еще одну уникальную черту Валаама, *резко выделяющую* его из перечня ООПТ России. *Валаам глубоко социален.*

На протяжении многих веков развитие архипелага и всего Северного Приладожья определял православный Спасо-Преображенский мужской монастырь, второй после Соловецкого по охвату территории. Кроме того, в послевоенный период на Валааме сформировался светский поселок с соответствующей инфраструктурой. А в навигационный период к братии монастыря и жителям поселка добавляются туристы и паломники, общее число которых в 2009 г. составило около 126 тыс. чел.

Таким образом, Валаам представляет собой единый сложный организм, в котором *теснейшим взаимозависимым* образом переплелись и уникальная, но достаточно хрупкая природа, и монашеская жизнь, и интересы светского населения, и духовные чаяния паломников, и взыскательные запросы десятков тысяч туристов.

Отсюда вытекает вопрос: возможно ли, в принципе, успешное развитие туризма на Валааме без патологического воздействия на его природу и жизнь братии монастыря? И какими правовыми нормами должно регулироваться это развитие?

Наиболее эффективной природоохранной мерой могло бы быть создание на Валааме Национального Парка, ибо правовая база такой структуры, как Природный Парк (на Валааме Природный Парк функционирует с 1999 г.), весьма несовершенна. Однако переход Валаамского архипелага в ряд Национальных Парков, с их жестким квотированием количества посетителей, означал бы неизбежное свертывание массового паломничества и туризма. Но уникальность Валаама и состоит отчасти в его традиционной открытости для людей! Исторически Валаамский монастырь как миссионерский, духовно-просветительский и культурно-экономический центр принимал всех, кто стремился в нем побывать. Естественным ограничением здесь выступали лишь сезонные климатические условия. И в наши дни монастырь вновь играет ведущую – как духовную, так и хозяйственную – роль на Валааме. Он никогда не был и не будет огражденной от мира «духовной резервацией» или «экзотической диковинкой». Сюда приезжали и, несомненно, будут приезжать сотни тысяч наших соотечественников и зарубежных гостей за словом правды, словом утешения и вдохновения, по зову души и сердца.

Валаамскому монастырю переданы практически все сохранившиеся историко-культурные памятники, из них 203 – регионального и 9 – федерального значения. Все они нуждаются в соответствующей охране, реставрации и плановом ремонте, обеспечивающем поддержание их в надлежащем состоянии. Причем речь идет здесь не только о памятниках архитектуры (храмах, скитах, келейных и хозяйственных постройках), но и о созданных трудом братии Старого Валаама ландшафтных комплексах – монастырских лугах и покосах, аллеях, садах, искусственных прудах и дренажных системах. Учитывая, что все эти памятники, в сочетании с уникальной природой Валаама, как раз и являются главными объектами интереса со стороны посетителей, монастырь также должен обеспечивать продуманный, регулируемый доступ к ним граждан.

В то же время современный монастырь не является полноправным «хозяином» Валаама, целиком устанавливающим регламент посещения архипелага. В этом состоит *принципиальное различие* между Валаамом Старым и Валаамом нынешним, и различие это носит *объективный* характер.

Население светского поселка Валаам, становление и развитие которого стало частью новой истории Валаамского архипелага, во многом сталкивается с теми же проблемами, что и братия монастыря: обеспечение электроэнергией, связью, продуктами питания, решение вопросов утилизации мусора, транспортных перевозок и т.п. И братия, и местные жители – граждане России, имеющие право на лечение, на жилище, на образование и другие права, предусмотренные Конституцией. Следовательно, на Валааме в ближайшей и средней перспективе будут находиться светские организации, обеспечивающие эти права – почта, электростанция, пожарная часть, участок дорожного строительства, лесхоз, медицинское учреждение (больница или амбулатория) и, возможно, другие.

В развитии *туризма* (под этим общим определением следует понимать всю сферу приема гостей – как туристов, так и паломников) заинтересованы на Валааме и монастырь, и светские жители, и общество в целом. Однако на сегодняшний день – и это хочется подчеркнуть особо! – «развитие» подразумевает не столько увеличение, сколько *совершенствование* механизмов приема и обслуживания.

В соответствии с положениями рекреационного лесопользования, утвержденными для Валаамского архипелага Центральным Государственным Лесостроительным предприятием «ЦентрЛесПроект» Федерального Агентства Лесного хозяйства при участии Карельского научного центра РАН в 2002 г., рекреационная емкость лесных природных комплексов Валаамского архипелага установлена на уровне 500 чел. в день или 80-90 тыс. чел. за сезон. Как уже отмечалось, в 2009 г. общее число посетителей составило 126 тыс. чел. На сегодняшний день численность посетителей, с учетом их рассредоточенности при нахождении на архипелаге, приблизилась к предельно допустимой границе. Еще немного и, в отсутствие специальных регулирующих нормативов, а также действенных механизмов их соблюдения, архипелаг рискует превратиться в вытоптанную пустыню, оазис пикников и купален, скутеров и квадроциклов, замусоренных пляжей и «занимательных рыбалок».

Из 126 тыс. туристов подавляющее большинство – более 85 тыс. – составляют туристы, прибывающие на судах круизного флота. Очевидно, таким образом, что здесь затрагиваются интересы круизных компаний, т.е. весьма крупного бизнеса. В настоящее время большинство их владельцев и руководителей с пониманием относятся к позициям Валаамского монастыря в вопросах организации туризма (прежде всего – в сфере охраны природы и монашеского образа жизни). Но определяющим здесь выступает, скорее, личностный фак-

тор, базирующийся на высоком интеллектуальном уровне вышеуказанных лиц и их уважительном отношении к многовековым традициям Русской Православной Церкви.

Однако необходимо отдавать себе отчет в том, что любой бизнес может быть продан. И всегда есть вероятность появления на туристическом рынке компаний, интересы которых будут исключительно экономическими, направленными только на получение прибыли. В этих условиях Валаам в значительной мере остается незащищенным.

Выход из сложившейся ситуации должен непременно осуществляться в двух плоскостях – законодательской и духовной.

Первая подразумевает выработку и принятие по Валааму Особого регламента или свода из законов и нормативных актов с детализацией механизмов контроля за их исполнением. В настоящий момент правовая база организации жизни на Валааме, если можно так выразиться, сильно расплывлена. Конституция, «Закон о свободе совести и религиозных объединениях», «Закон об особо охраняемых природных территориях», «Закон об объектах культурного наследия народов РФ», «Закон о защите конкуренции», – все они рассматривают тот или иной аспект изолированно, без учета их глубочайшей взаимосвязи, присущей именно Валааму.

В качестве первого практического шага, на наш взгляд, необходимо провести зонирование всей территории архипелага с выделением зон, закрытых для массового посещения туристами и паломниками. Вместе с тем, природные ресурсы Валаама, безусловно, должны быть доступны тем, для кого Валаам является средой обитания – постоянного монашеского и светского населения. Проведение этого разграничения является одним из принципиальнейших моментов.

Вторым практическим шагом должен быть всесторонний анализ структуры посетителей о. Валаам и разработка методики учета посещений. Имеющийся на сегодняшний день показатель общей («валовой») численности является, по существу, условным, средним показателем, а не показателем *практического применения*. Более эффективным параметром, на наш взгляд, является численность *одновременно* присутствующих на острове посетителей, диверсифицированная по целям и программам пребывания.

Остановимся более подробно на группах антропогенного воздействия.

Группа А. Организованные туристы и паломники.

Эта группа является, по-видимому, наиболее многочисленной и наиболее удобной для систематического анализа. Эффективное управление этой группой возможно посредством договоров обслуживания, заключаемых с круизными и туристическими компаниями. Структура данной группы выглядит следующим образом: 65,0 % – круизные туристы, 29,0 % – туристы из Северного Приладожья, 5,5 % – паломники, 0,5 % – прочие.

Группа Б. Экипажи круизных теплоходов.

Статистики посещения о. Валаам этой категорией граждан на сегодня нет. Потенциально, количество посетителей может составить до 500 судозаходов x 70 чел. = 35000 (!) чел. А ведь именно экипажи круизных т/х более чем активно занимаются рыбной ловлей, сбором трав, ягод, грибов, устройством пикников. Эффективное управление этой группой возможно на основе дисциплинарных ограничений для судовых команд применительно к Валааму. Но эти ограничения должны иметь под собой четкую законодательную основу.

Группа В. Доля организованных туристов, которые выбирают индивидуальную программу пребывания на о. Валаам, не входя в организованные туристические группы. Наша многолетняя практика дает нам оценку численности этой группы, приблизительно в 5 % от общего числа туристов. Здесь необходимо широко вести разъяснительную работу по порядку пребывания на территории Валаамского архипелага, а также проводить природоохранные рейды с выявлением нарушителей.

Группа Г. Неорганизованные туристы, самостоятельно прибывающие на теплоходах и частных плавсредствах (катерах, яхтах, катамаранах). Статистики по ним также нет. А вот свидетельство их присутствия есть – палаточные стоянки, кострища, грязь, зачастую – лесные пожары. Более того, именно эта «инициативная» группа туристов чаще всего «ради интереса» посещает и залежки ладожской нерпы, и места гнездования птиц. К сожалению, нередко можно наблюдать картины, когда растревоженные стаи прибрежных птиц с криком носятся над небольшими островками, а туристы радостно фотографируются с их гнездами или птенцами в руках.

Управление туристами этой группы представляется нам наиболее проблематичным и затратным. Попытки Природного Парка «Валаамский архипелаг» по размещению туристов указанной группы на двух стоянках – на Первой точке и в бухте Дивная, – также нельзя признать успешными. Мы только получили дополнительно два больших палаточных лагеря вдобавок к тому, что наблюдалось на Валааме и ранее. В связи с этим, нам думается, решение о размещении на Валааме палаточных лагерей требует скорейшего переосмысления. Особую актуальность эта проблема приобрела именно в последнее время в связи с появлением и доступностью большого количества высокоскоростных плавсредств малой вместимости (моторных лодок, катеров) повышенной мощности и сравнительно устойчивых к погодным условиям (высота волны, сила ветра).

Группа Д. Нетуристическая.

В эту группу входят:

- постоянно проживающая братия монастыря;
- постоянно проживающее светское население;

- сезонные работники (строители, специалисты, сотрудники Паломнической службы, волонтеры и т.д.);
- приглашенные гости.

Статистики по этой группе пока нет, но получение ее не представляется затруднительным. Ввиду длительности сроков пребывания на о. Валаам категорий этой группы (за исключением, быть может, гостей), а также того, что для некоторых категорий Валаам является средой обитания, анализ антропогенного воздействия по этой группе должен быть выполнен с особой тщательностью. Природоохранное управление этой группой возможно через административные ресурсы, находящиеся непосредственно на Валааме. При этом положительную практику должно получить всестороннее вовлечение указанной группы в процессы природоохраны, природопользования и контроля за соблюдением природоохранных мер.

Следующим шагом в изучении вопроса антропогенного влияния на экосистемы Валаамского архипелага должно быть определение факторов негативного антропогенного воздействия на природу, на памятники и даже на монастырь, поскольку нельзя не учитывать и ту психологическую среду, в которой вынуждены находиться братья в период навигации.

Приведем примеры временных факторов

Если принять за единицу рекреационной нагрузки нахождение 1 туриста на о. Валаам в течение 1 дня, то расчет рекреационной нагрузки, исходя из численности посетителей, должен вестись с различными весовыми коэффициентами.

Численность туристов, прибывающих на Валаам с целью участия в короткой экскурсионной программе должна учитываться в итоговой рекреационной нагрузке с коэффициентом 0,5.

Численность участников однодневных экскурсионных программ (с обедом) должна учитываться уже с коэффициентом 1,0.

Численность участников многодневных программ с размещением в гостинице должна учитываться с коэффициентом, зависящим от количества ночевки.

Требуется также принимать во внимание, что в многодневных программах для туристов наблюдается увеличение удельного веса нагрузки на природные комплексы, в то время, как в многодневных программах паломников удельный вес нагрузки на природные комплексы и удельный вес нагрузки на монастырь остаются практически постоянными.

Приведем примеры функциональных факторов.

При передвижении туристов и паломников организовано, по утвержденному маршруту, с экскурсией фактор антропогенного воздействия на экосистемы будет минимальным. Дополнительного снижения воздействия этого фактора можно достичь обустройством обзорных площадок, мостков, мест отдыха, установкой туалетов, устройством заграждений и размещением информационных щитов.

При наличии свободного от экскурсий времени, в особенности при проживании в гостинице или при самостоятельном посещении о. Валаам, фактор воздействия на экосистемы становится намного сильнее. При использовании туристами моторных лодок, катеров и т.д. контроль за соблюдением правил природопользования становится весьма затруднительным ввиду сильной изрезанности береговой полосы Валаамского архипелага.

Фактор воздействия на экосистемы может стать противоположным, восстановительным, например, при участии паломников в рейдах по очистке лесных маршрутов и береговой черты от мусора, в работах по ремонту мостков и т.д. Такие работы предусмотрены рядом программ, предлагаемых Паломнической службой. Участие в них всегда сопряжено с эмоциональным подъемом, имеет большое воспитательное значение.

Пользование экоресурсами со стороны групп долгосрочного пребывания (братья, местные жители, сезонные рабочие) может быть как цивилизованным, так и хищническим. Наиболее эффективными мерами здесь будут формирование устойчивого общественного мнения, повышение роли общественных организаций – обществ охотников и рыболовов, экологическое образование руководителей структурных подразделений работодателей. Нужно сказать, что опыт такой работы приносил определенно положительные результаты до середины 90-х годов, но, к сожалению, в последующем был утрачен ввиду жесткой ориентации государственного агитпропа не на *коллективное сосуществование*, а на *индивидуальное выживание*. Ввиду относительной замкнутости социо-культурной системы, сложившейся на Валааме, и ее небольшой величины полагаем возможным произвести локальную корректировку ситуации при содействии органов власти Карелии.

Необходимо тщательно проанализировать виды допустимых, применительно к ООПТ и действующему православному монастырю услуг, предлагаемых гостям на острове. Негативную реакцию большинства местных жителей и *большинства туристов* (!) вызывают такие виды услуг, как: авто-такси (пыль на дорогах, неудобство и опасность для пешеходных групп), джипы-сафари (грязь и непроходимость лесных дорог и троп), скутеры, моторные лодки-такси, водные лыжи (негативное воздействие на гнездящихся птиц, рыбу в местах нереста), «занимательные» рыбалки, обилие палаточной сувенирной и продуктовой торговли. В сознании большинства наших соотечественников Валаам как природный комплекс неразрывно связан с действующим Валаамским монастырем. В силу этого ряд предлагаемых услуг представляется неуместным, вызывает острый диссонанс в сознании, например, здание в стиле «хай-тек» в зоне исторической застройки Петербурга. И если целостность восприятия Петербурга осознана, признана и регулируется особыми нормативными актами, то и для Валаама необходим такой же подход.

В то же время снегоходы, моторные лодки и т.п. должны быть у местного населения и братии, поскольку они необходимы для их нормальной жизнедеятельности.

Как видно, прежде чем принимать какие-либо жесткие меры, скажем, введение квотирования числа посетителей, необходимо провести еще целый ряд серьезных научных исследований. В ситуации, которая сложилась на Валааме сегодня, недопустимо принятие поспешных, популистских или имеющих политическую окраску решений. Работа по этому вопросу должна вестись на научном базисе, последовательно, планомерно, информационно открыто, с опережающим по отношению к законотворчеству формированием общественного мнения в поддержку этого законотворчества, а не наоборот, с привлечением известных деятелей науки и культуры.

Особо подчеркивая важность формирования действенной законодательной базы, нельзя не подчеркнуть и более глубокий уровень означенной проблемы. А именно – уровень культурный или даже точнее – духовный. По образному выражению игумена Валаамского монастыря Епископа Панкратия, «мусор на улице – это мусор в нашей душе». Ведь в отношении к природе, в решении экологических проблем ярко проступает внутреннее, духовное состояние общества в целом.

Для нас, к величайшему сожалению, уже стало обыденным то, что гости, к примеру, в жаркую погоду, не задумываясь, сотнями швыряют в траву бутылки из-под прохладительных напитков; стремясь сделать живописный фотоснимок, забираются на корни висящей над обрывом скалы сосны, полностью снимая и без того тончайший почвенный слой; прямо в ходе экскурсии пытаются вырвать обнаруженные ими лекарственные растения. Грубое потребительство, безответственные, сиюминутные эгоистические желания – все это является прямым следствием современного духовного кризиса, активного насаждения в обществе идеалов *потребления и получения удовольствий* вместо *здорового аскетического самоограничения*, свойственного христианской этике.

И здесь, конечно, следует упомянуть о ценнейшем наследии Валаамского монастыря, воплотившем в своем историческом прошлом *реальный опыт бережного творческого отношения человека к окружающей природе*. На протяжении столетий иноки создавали на Валааме уникальную рукотворную экосистему. В скалах были проложены каналы, устроены пруды-отстойники, что позволяло возвращать воду в Ладогу полностью очищенной, без использования каких-либо фильтров или химических реагентов. На высочайшем уровне стояло лесопользование.

Учитывая, что себестоимость любых хозяйственных мероприятий в островных условиях примерно в 3 раза выше, чем на материке, братия монастыря уже с середины 19-го века, со времен гениального – не побоимся этого выражения – администратора игумена Дамаскина начала приглашать для организации серьезных проектов специалистов высочайшего уровня. На Валааме работали известные русские архитекторы, почвоведы, квалифицированные финские лесные инженеры. Предельно суровые в своем монашеском быту валаамские иноки не скупались, когда речь шла о благоустройстве их любимого острова. В обиходе 19-го века не было понятий «экология» или «экологическая катастрофа», но в монастыре прекрасно понимали, что любая ошибка в природопользовании может обойтись слишком дорого.

Что касается паломников, прибывавших в монастырь, то они изначально были готовы следовать строгой монастырской дисциплине, перемещаясь по территории архипелага исключительно «по благословению». Читая в рассказах замечательного русского писателя Николая Лескова, о том, как «паломники из благородных», со свойственным их сословию дерзновением, нарушали монастырские порядки, уходя тайком из гостиницы, чтобы пройтись по лесным тропинкам и полюбоваться в тишине на Ладогу белой ночью, испытываешь шемящее чувство. То, что в 70-е гг. 19-го века казалось применительно к гостям Валаама предельной дерзостью, в наши дни поражает своей наивной скромностью.

Деятельность монастыря – и хозяйственная, и направленная на прием многочисленных паломников, – не наносила, таким образом, ущерба природе архипелага. Как отмечает настоятель обители владыка Панкратий, «... нам стоит многому поучиться у тех монахов... Когда совесть человека примирена и с Богом, и с людьми, и с окружающей средой, тогда его жизнь преисполнена внутренней и внешней красоты. Когда человек гармонизирован с Творцом и окружающим миром, он находит тот ключ, который позволяет ему правильно относиться ко всему окружающему». Популяризация такого подхода к окружающему миру, формирование устойчивого общественного мнения в этом вопросе – является важнейшей задачей в деле сохранения Валаама.

Для всех сотрудников Паломнической службы, как и для любого человека, любящего Валаам, позиция Владыки является прямым руководством к действию. Неслучайно в 2009 г. Епископ Панкратий был удостоен диплома конкурса «Одобрено экологами России» и Свидетельства на право использования Знака «Одобрено экологами России».

И мы по мере сил в своей работе стараемся сочетать как участие в административной деятельности, направленной на сохранение Валаама, так и широкую популяризацию идей подлинно духовного, христианского отношения к окружающему миру.

Все наши многодневные паломнические туры («Неделя в монастыре» и «Две недели в монастыре») включают в себя не только экскурсионную программу, участие в богослужениях и традиционных монастыр-

ских послушаниях, но и знакомство с уникальной природой Валаама, работу по очищению валаамского леса: сбор мусора и валежника вдоль маршрутов и на побережье, помощь в ремонте мостков и т.д.

Учитывая, что за один туристический сезон через Паломническую службу проходит более 125 тыс. чел., особая ответственность лежит на наших экскурсоводах и сотрудниках. Следует подчеркнуть, что примерно половина из них – молодые ребята, студенты, как светских ВУЗов, так и Духовных Семинарий и Академий. Еще в ходе подготовительных курсов они слушают лекции, посвященные уникальному природному комплексу Валаама и его охране. Читает их и доцент кафедры прикладной экологии Российского Государственного Гидрометеорологического Университета Степанова А.Б., вот уже несколько лет являющаяся одновременно директором Научно-исследовательского Центра «Валаам», где проходят практику и занимаются исследованиями ученые, студенты и аспиранты РГГМУ и СПбГУ (биолого-почвенного и географического факультетов). В летнее время экскурсоводы Паломнической службы становятся желанными гостями НИЦ «Валаам», продолжая углублять свои знания в этой области уже на практике. Таким образом, экскурсоводы имеют счастливую возможность соединить живую веру и подлинное научное знание, что, безусловно, дает им возможность эффективно работать с прибывающими на Валаам гостями, экологическая культура которых, к сожалению, не всегда высока. Более того, не будет преувеличением сказать, что творческий опыт и пребывание в среде единомышленников способствуют личностному формированию наших сотрудников. Возвращаясь с острова, они в своих семьях, среди друзей, коллег будут пропагандировать те идеи отношения к окружающему миру, что заложил в них Валаам.

В последние годы мы практикуем привлечение на сезонные работы, связанные с приемом паломников и туристов не только взрослых, но и учащихся старших классов. И здесь сразу же решается множество задач социального характера: трудоустройство старшеклассников, первая возможность для них соприкоснуться с трудовой деятельностью, осознать себя работниками, узнать действительную стоимость заработанных денег; в ходе проведения вечерних занятий с ними силами студентов духовных семинарий и академий первые получают дополнительные знания, а последние имеют педагогическую практику, которая будет им весьма полезной в их последующей пастырской деятельности; совместная трудовая деятельность, совместное компактное проживание, совместное участие в монастырских богослужениях создает ту неповторимую атмосферу духовного единения, которая, несомненно, окажет влияние на дальнейшую жизнь тех, кто оставил частицу своего труда на Валааме.

Подводя итог, еще раз хочется подчеркнуть, что при обсуждении вопросов развития туризма особое, исключительное место должно отводиться разработке программ, как государственных, так и общественных по защите и сохранению памятников природы и культурно-исторического наследия. За последнее столетие, с его войнами и социальными революциями, наша Родина понесла колоссальные культурные потери, в значительной степени – невозполнимые. Восстановить, показать и найти способы сберечь для будущих поколений то, что удалось спасти – наша с вами задача.

УДК 338.48:069

Титова О.Ю.

ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ МУЗЕЙНЫХ ПРОЕКТОВ, НАПРАВЛЕННЫХ НА РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИИ (на примере квартала исторической застройки в г. Петрозаводске)

В статье изложен опыт музея-заповедника «Кижы» реализации проекта «Иллюзии старого города», связанного с развитием квартала исторической застройки г. Петрозаводска. Особое внимание уделено результатам и перспективам проекта, его значимости для города в аспекте формирования историко-культурной дестинации.

Titova O.Y. The Experience of Realization of the Museums' Projects Directed to Development of a Territory (on the Example of the Historical Buildings' Quarter in Petrozavodsk)

The experience of the KIZHI Museum in the sphere of realization of the project «The Illusions of the Old Town» associated with development of the Historical Buildings' Quarter in Petrozavodsk is shown in the article. The especial attention is given to results and perspectives of the project, its significance for the town in the aspect of forming of the cultural-historical destination.

Туризм является важной составляющей экономики многих государств, обеспечивающей занятость местного населения и стабильное пополнение бюджета. В Карелии сложились положительные тенденции и предпосылки к развитию туризма. Эта сфера находится среди приоритетных отраслей экономики республики, в неё привлекаются инвестиции, существуют проекты по строительству современных гостиниц, кемпингов, коттеджей.

В Карелии есть туристические объекты, которые привлекают большое количество посетителей (Кижы, Валаам), пользуются неизменно спросом также активные виды отдыха.

В столице Карелии – г. Петрозаводске – работают 18 гостиниц, строятся новые, развита сеть организаций индустрии питания. В программных документах по развитию города теме инфраструктуры туризма

уделяется большое внимание. При этом сильно ощущается недостаток исторических объектов и культурных мероприятий, способных обеспечить туристический поток, который наполнит эти объекты инфраструктуры, привлечет доход в городскую казну, обеспечит рабочие места.

Теплоходы проходят мимо Петрозаводска, туристы также проезжают его транзитом, не задерживаясь. Гости города выражают эту мысль так: «Здесь не на что посмотреть».

Музей-заповедник «Кижы» предлагает конкретный проект, направленный на развитие г. Петрозаводска и привлечение туристов в столицу Карелии – создание музея городской культуры под открытым небом на базе квартала исторической застройки.

В центральной части г. Петрозаводска сохранились фрагменты деревянной жилой застройки к. 19- н. 20 вв. Старинные здания сконцентрированы в небольшом квартале, сохранившем исторический облик, рядом с администрацией города, городской набережной и главными туристскими маршрутами.

Идеи и предложения по формированию «квартала исторической застройки г. Петрозаводска» появились ещё в 80-е гг. 20 в. Проведена большая работа по перевозке и сохранению памятников городской застройки, вложены значительные средства. Здесь планировалось создание музея городского быта и архитектуры, разработана научная концепция заповедной зоны.

К сожалению, эта работа прекратилась. За это время ситуация вокруг квартала сильно изменилась, и площадь исторического квартала сократилась до минимума. Эти изменения необходимо учитывать. Однако идея и основные принципы сохранения исторической среды и необходимость её вовлечения в сферу культурной жизни города остались неизменными. Сегодня эти идеи актуальны как никогда.

Квартал исторической застройки – ресурс для развития музея и города

Петрозаводск – один из немногих городов, в котором в настоящее время еще существуют фрагменты жилой застройки, относящиеся к 19 в. Они сосредоточены между улицами (Куйбышева, Федосовой, Малой Слободской) и берегом р. Неглинка. Часть построек является памятниками архитектуры регионального значения.

Исторические центры городов во всём мире считаются привлекательными для гостей города и туристов, популярными культурными центрами и местами отдыха горожан. Такие центры являются визитной карточкой городов, формируют его имидж и общую привлекательность. Город оценивают по состоянию и уходу за историческим центром. Гостиницы, рестораны, кафе, сувенирные магазины, расположенные в таких центрах, пользуются популярностью. Такие районы считаются престижными для проживания, удачными для ведения бизнеса (отели, магазины, офисы и др.) и удобными для организации различных культурных, массовых мероприятий. Они являются идеальными местами для сотрудничества, где сходятся интересы горожан, бизнеса, администрации и учреждений культуры.

Исторический квартал Петрозаводска имеет выгодное расположение. Он выходит на городскую набережную, которая любима горожанами и гостями города для прогулок в летний период, на которой проходят основные городские массовые праздники. Однако пока не вполне удалось создать и донести до общественности образ обновлённого, квартала старого Петрозаводска, представить историческую ценность расположенных здесь зданий, уникальность и значимость для города территории в целом. Район пока не пользуется большой популярностью жителей и гостей города. До недавнего времени подавляющее большинство горожан просто не подозревали о существовании столь ценного и достопримечательного квартала в самом центре города.

Согласно планам развития территории квартал исторической застройки должен был занимать значительную большую площадь, сохранять большее количество памятников. Однако в процессе развития города от него отталась уже небольшая часть (рис. 1).



Рис. 1. Карта «Старого города»

Сохранение памятников требует серьезных усилий, а земля в центре города пользуется спросом. Если историческому кварталу не придать импульс к новому развитию, возрождению, то в самое ближайшее время он может быть поглощён современной архитектурой.

Значительные усилия по сохранению квартала были предприняты музеем-заповедником «Кижы». Благодаря деятельности музея несколько зданий-памятников были сохранены и отреставрированы и теперь являются украшением города и принимают посетителей круглый год. Вопросы сохранения и развития исторического квартала музей уделяет особое внимание не только как месту своего присутствия и ресурсу собственного развития, но и считая данную территорию стратегически важной для развития города в целом, повышения его туристского потенциала.

Развитие туризма и продвижение культурно-исторических брендов является одним из основных положений Стратегического плана развития Петрозаводска. На сегодняшний день обсуждаются лишь проекты развития туристской инфраструктуры в республике, при этом не уделяется внимание созданию и продвижению новых брендов, способных заинтересовать туристов.

В г. Петрозаводске проводятся крупные праздничные мероприятия, некоторые из них уже стали традиционными, но они не удовлетворяют полностью потребность горожан в подобных событиях и не создают условия для постоянного туристского потока в город. В систему городских праздников не включен квартал исторической застройки.

Турфирмам г. Петрозаводска необходим популярный, раскрученный объект показа, чтобы привлечь к нему туристов, сформировать новые маршруты. Расположенные в квартале клубный отель «Прионежский», гостиничный комплекс «Онега Палас» и др. заинтересованы в повышении престижа и привлекательности территории. Но в настоящее время квартал не обустроен для посетителя, не имеет привлекательный вид, недостаточен спектр предложений для туристов и турфирм города.

В развитии квартала исторической застройки как базы культурного и досугового центра города заинтересованы многие организации, жители города и администрация. Развитие партнерских связей с хозяйствующими субъектами квартала, с администрацией города и разработка совместных качественных услуг может сделать процесс сохранения и актуализации, культурного освоения, обустройства квартала эффективным.

Если не привлечь внимание хозяйствующих субъектов, заинтересованных организаций и администрации города к проблемам сохранения исторического квартала, не активизировать деятельность по всем направлениям (реставрация, музеефикация, возрождение городских традиций), то этот уникальный квартал может быть утрачен. Петрозаводск же навсегда может лишиться важной своей достопримечательности, так и не осознав её истинной ценности, как в культурном, так и в экономическом плане. Это будет невосполнимая утрата части культурного наследия 19 в., большой промах в проведении политики по развитию туризма и инвестиционной привлекательности г. Петрозаводска и Республики Карелия.

Понимая значимость и потенциал данной территории, наиболее активным субъектом, занимающимся развитием квартала в настоящее время, является музей-заповедник «Кижы». Благодаря музею эта территория постепенно оживает, здесь возрождаются традиции, появляются посетители. Здесь работает выставочный зал музея, где постоянно сменяются выставки, раскрывающие различные темы, касающиеся культурного и природного наследия Карелии. Мастера «Ожившей экспозиции» музея показывают городские женские ремесла. Специалисты музея проводят лектории, мастер-классы, специальные программы для различных целевых групп. Большую популярность, как среди горожан, так и туристических фирм уже завоевали праздничные программы музея (Северные Святки, Масленица, Пасхальные встречи и др.).

Старый город – новый имидж территории

Ожившие традиции в центре города

Специалистами музея-заповедника «Кижы» были также разработаны предложения в Концепцию музеефикации квартала исторической застройки (3 варианта) с учетом разного финансирования, и проект «Исторический квартал – туристический центр города Петрозаводска». Проект нацелен на актуализацию культурной значимости квартала исторической застройки города Петрозаводска, повышение его привлекательности для гостей и жителей города, а также формирование и продвижение нового образа квартала исторической застройки Петрозаводска – «Старый город». Однако трудно, оказалось, обратить внимание на эти проекты соответствующих структур, найти поддержку партнеров. Необходимо было найти механизмы для привлечения внимания к территории. Именно с этой целью – привлечь внимание горожан к историческому кварталу, взбудоражить общественное мнение, найти и заинтересовать партнеров – в 2008 г. был разработан проект «Иллюзии Старого города», ставший победителем V грантового конкурса музейных проектов «Меняющийся музей в меняющемся мире» и получивший соответственно грантовую поддержку. Авторы проекта – Титова О.Ю., Воробьева С.В., Касьянов С.В.

Проект «Иллюзии старого города» предполагает разработку и продвижение нового имиджа квартала исторической застройки: исторический квартал – старый город, исторический театр. Понятие «старый город» достаточно известно, вызывает позитивные ассоциации.

В Карелию приезжает большое количество туристов благодаря раскрученным брендам территории (Киж и Валаам, туристические маршруты по рекам и озерам). Но в самом городе ощущается дефицит качественных и раскрученных брендов, способных привлечь туристов в Петрозаводск. «Старый город» мог бы стать одним из них. Формирование нового имиджа территории, продвижение нового продукта на туристический рынок – это всегда очень сложный и очевидно не мгновенный процесс. В рамках одного проекта невозможно решить эти задачи, можно только сформировать условия.

Проект реализовывался в несколько этапов, постепенно включая в работу новые слои городского населения, новых партнеров. Подготовительные этапы работы, не столь яркие и заметные, создавали фундамент для реализации финальной части проекта. Деление проекта на этапы не является хронологическим. Очевидно, что подготовка различных мероприятий проекта шла параллельно, а не последовательно.

Подготовительный этап:

Включает в себя изучение соответствующей темы – квартал исторической застройки г. Петрозаводска, городская культура конца 19-го нач. 20 вв. На основе изысканий велась разработка концепций и сценария всех мероприятий, различных форм музейной анимации и показа образов г. Петрозаводска, заданий для подготовки реквизита и костюмов.

На этом этапе анализировался круг возможных партнеров проекта и их участие. Так на подготовительном этапе появился заинтересованный партнер, который оставался с музеем на протяжении всего проекта, – Национальная библиотека Республики Карелия.

Рабочий этап:

С тем чтобы «достучаться» до горожан, дать им знать, что в Петрозаводске существует (!) «Старый город», что можно узнать о традициях, культуре, истории города, интересно провести свой досуг и привести гостей – авторы проекта организовали достаточное количество мероприятий, программ и информационных поводов в течение всего года.

Учитывая поставленные задачи, очевидно, что с самого начала огромное значение имело грамотно спланированное информационное и рекламное сопровождение проекта. В течение всей реализации проекта проводилась рекламно-информационная кампания, велась работа среди потенциальных партнеров проекта и туристических фирм.

Для привлечения внимания городского населения к предстоящему событию заранее были подготовлены и объявлены конкурсы, обращаясь к разной аудитории: конкурс городских костюмов конца 19-го нач. 20 вв., конкурс плакатов и постеров «Сохраним старый город», историческая викторина «Путешествие по старому городу». Награждение победителей состоялось на акции «Иллюзии старого города». Конкурсы помогли расширить круг партнеров. На этом этапе мы нашли поддержку главного художника города, который стал заинтересованным партнером проекта. Конкурсы помогли нам найти дополнительные возможности не только для костюмированного участия в акции, но и для пошива костюмов. Достойный призовой фонд помогли создать спонсоры проекта, которых заинтересовала тема сохранения старого города.

В рамках проекта разработаны и проводились в течение года музейные программы в Старом городе для показа образов г. Петрозаводска конца 19-го нач. 20 вв. с вовлечением в действие посетителей исторического квартала. Традиционные городские праздники с анимационными формами показа – «Северные святки», «Русская масленица», «Пасхальные встречи» – с удовольствием посещали как горожане, так и гости города. Посетители знакомились с городской культурой, традициями, обычаями, посещали мастер-классы, смотрели представления театра Петрушки и Вертепа.

Открывшаяся в Старом городе выставка «Званный вечер. Городская провинциальная культура к. XIX-н. XX вв.» дала возможность посетителю почувствовать атмосферу жизни старого Петрозаводска через предметный мир городской культуры, воссозданные фрагменты типичной обстановки мещанской квартиры по моде времени. Все желающие могли познакомиться с излюбленными формами проведения домашнего досуга горожан и принять участие в показе «живых картин», сыграть в лото, домино, шашки, шахматы, разложить старинный пасьянс. Партнером в подготовке выставки стал Карельский государственный краеведческий музей, дополнив предметный ряд для представления на выставке.

На основе выставки была подготовлена и запущена в работу программа для туристов «Старый город». Программа предлагает туристам пройти с экскурсией по выставке, познакомиться с городскими традиционными ремеслами, посмотреть слайд-фильм по истории Петрозаводска и затем прогуляться с экскурсоводом по кварталу исторической застройки.

Все эти программы и мероприятия постепенно готовили горожан к главному событию проекта, способствовали привлечению новых посетителей в исторический квартал Петрозаводска, постепенно оживляли его.

Планируя повышение туристической привлекательности территории, первым делом необходимо было элементарно привести ее в порядок, благоустроить. Территория квартала к моменту начала работы над проектом находилась в запущенном состоянии (за исключением территории непосредственно вокруг зданий музея). То же самое касалось состояния дорог. В одиночку музею, даже при грантовой поддержке, привести все в порядок невозможно. Необходимо было искать помощь и поддержку. С этой целью были организованы встречи с местными жителями и хозяйствующими субъектами в историческом квартале, подготовлены соот-

ветствующие письма, разработан план мероприятий по благоустройству, проведены совещания в администрации города. В результате работы часть местных жителей стали нашими друзьями и оказывают поддержку проекту, часть коммерческих учреждений вместе с музеем вышли на субботник и помогли убирать территорию. Важную помощь оказала и администрация города (инструменты на субботник, отсыпка для дорог, транспорт для вывоза мусора).

Конечно, выполнены только самые необходимые мероприятия. Но уже это позволило провести акцию в день города на достойном уровне, а совместная работа – укрепить взаимопонимание между различными учреждениями и осознание сопричастности к сохранению культурного наследия города.

Кульминационный этап:

В день города была проведена однодневная акция «Иллюзии Старого города», наполненная символами и образами городской культуры. В этот день весь исторический квартал превратился в исторический театр.

Во время акции были воспроизведены узнаваемые, символические сцены городской жизни и культуры к XIX- н. XX вв. в соотношении с реалиями современной жизни: городские танцы в сопровождении духового оркестра, фотоателье, где можно было сфотографироваться в старинной одежде, городской рынок, ремесленные ряды и многое другое. В этот день в Старом городе можно было повстречать городского, статского советника, купца, лоточников, мальчишек-газетчиков, даже пожарную команду и много других неожиданных персонажей. Обыватели в одежде «старого» времени способствовали рождению «иллюзий старого города».

Для проведения акции в квартале были созданы декорационные элементы, помогающие создать атмосферу старого города (афишная тумба, вывески в старинном стиле, банеры и фотофигуры с изображениями соответствующего исторического периода) (рис. 2).



Рис. 2. Логотип проекта «Иллюзии Старого города» и стилизованные вывески для «Старого города»

Через символы городской среды к XIX- н. XX вв. был показан «другой» Петрозаводск, мало кому известный. Попав в атмосферу Старого города, современный человек мог провести исторические параллели и осознать себя в контексте истории. На акции каждый посетитель мог приобрести себе на память сувенирную и издательскую продукцию по проекту, ориентированную на разную целевую аудиторию.

Для проведения такой масштабной акции требовалось огромное количество участников, а также костюмов, оборудования, реквизита. Все это стало возможным также благодаря серьезной работе с партнерами. В результате список партнеров проекта пополнился тремя театрами города Петрозаводска, республиканским центром национальных культур, колледжем технологии и предпринимательства, республиканским детским эколого-биологическим центром, городской поликлиникой, центром противопожарной пропаганды при МЧС России по РК, музеем истории при МВД по РК, военно-историческими клубами из Петрозаводска и С-Петербурга. В акции также участвовали различные музыкальные и фольклорные коллективы, конно-спортивный клуб, мастера-ремесленники РК.

Акция «Иллюзии старого города» имела большой успех и резонанс в обществе. Об успехе мероприятия можно судить по многочисленным отзывам партнеров, горожан, по материалам в СМИ и обсуждениям на Интернет-форумах. Большинство посетителей высоко оценили работу сотрудников музея и партнёров, высказывали желание ежегодно продолжать традицию дня «Старого города», гармонично вписавшуюся в контекст общегородского праздника. Участники акции говорили о том, что именно таким должен быть день нашего города. Необходимо сохранять и актуализировать наши традиции, историю, культуру, сохранять и развивать «Старый город».

Первые результаты и перспективы развития проекта

Как уже говорилось, проект дает импульс для развития как самого музея-заповедника, так и для города Петрозаводска.

Новый бренд уже начал работать в городе и даже, совершенно неожиданно для авторов проекта, стал стремительно раздвигать свои границы, в т.ч. территориальные. Тема оказалась активно востребованной в городе. Развитие темы Старого города получило на выставке «Экономика Республики Карелия», которая была одним из основных мероприятий празднования 90-летия Республики Карелия. Эту тему музею было предложено раскрыть и в специальных музейных программах, разработанных к 90-летию РК.

Тема «Старого города», уже применительно к другой территории в центре города – площади Кирова – оказалась успешной при проведении программы «Ночь на Соборной площади» в мае 2010 г. в рамках Международной ночи музеев. Программа привлекла около 1000 горожан и получила очень яркие и эмоциональные отзывы.

Второй праздник «Иллюзии Старого города» был проведен в 2010 г. То, что с нами остались все старые партнеры и появилось большое количество новых, внушает оптимизм и надежду на то, что возрождение Старого города, городской культуры становится важным для горожан. В списке партнеров появились принципиально новые для нашего музея организации – как государственные, так и коммерческие, более интенсивным стало сотрудничество с общественными организациями. Очень интересен тот факт, что часть новых партнеров – солидные коммерческие организации – не ограничились денежным вкладом в мероприятие, а сами участвовали в подготовке и проведении праздника. Это свидетельствует об огромном интересе горожан к теме.

Проект положил начало для создания широкого спектра услуг для туристов, развития семейных форм проведения досуга в «Старом городе». Созданы предпосылки для включения Дня Старого города в систему городских культурных праздников, а значит, и для развития событийного туризма. В перспективном плане музея – формирование постоянной интерактивной экспозиции по городской культуре и формирование экспозиционного пространства в городской кузнице в историческом квартале, что позволит значительно расширить спектр программ и услуг музея.

Важным является и тот факт, что Администрация города не только уже второй год поддерживает праздник, но и действительно заинтересовалась проблемой развития данной территории. Отделом внешних связей Администрации города был инициирован проект благоустройства «Старого города» по программе Приграничного Сотрудничества «Карелия» в рамках Европейского Инструмента Соседства и Партнёрства (ПС ЕИСП Карелия), и музей был приглашен в качестве партнера для разработки совместной реализации проекта.

Проект музея-заповедника «Кижы» «Иллюзии старого города» стал победителем в конкурсе «Город, устремленный в будущее» по итогам 2009 г. сразу в двух номинациях: «Инновация года» и «Проект года в области культуры и искусства». Для нас эта победа важна не просто как победа в значимом конкурсе, а как признание, что за данным проектом будущее.

Для музея и города важно, чтобы проект не ограничился проведением ежегодного праздника в историческом квартале. Это событие, интересное для горожан, нашло отклик в душе большого количества партнеров. Однако изначально оно задумывалось как средство привлечения внимания местного сообщества и государственных структур к теме сохранения Старого города.

Важным продолжением проекта должно стать решение о музеефикации исторического квартала и включении его в перспективные планы по развитию туризма. Важным условием для реализации этого решения является объединение и координация усилий различных учреждений культуры, бизнес-структур (хозяйствующих субъектов квартала, отелей, туристических компаний, ремесленных гильдий и др.) и администрации г. Петрозаводска. Реализованный проект создал для этого хорошие предпосылки, собрав вокруг себя большое количество заинтересованных партнеров и придав импульс для возрождения и нового планомерного развития исторического квартала в соответствии с современными тенденциями в культурно-образовательной и туристской сфере.

Сохранение и развитие «Старого города» будет способствовать его преобразованию в популярный культурно-досуговый туристско-экскурсионный продукт, способный стать уникальной достопримечательностью города, привлечению внимания к историко-этнографическим особенностям и значимости г. Петрозаводска как города России с богатой историей, и повышению туристской привлекательности города в целом.

СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ КУРОРТНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ РЕГИОНА

УДК 338.48-6:615.8(470.22)

Белая Р.В.
Дьяконова М.В.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КУРОРТНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ СФЕРЫ В РЕСПУБЛИКЕ КАРЕЛИЯ¹

Статья посвящена вопросам развития санаторно-курортной отрасли в Республике Карелия. Рассмотрены проблемы доступности услуг санаторно-курортного лечения для льготных категорий граждан (инвалиды, беременные и др.), проблемы отдыха и оздоровления детей.

Belaya R.V., Dyakonova M.V. The Modern Problems and Features of Development of the Health Resort Sphere in the Republic of Karelia

This article deals with the issues concerning development of the health resort sphere in the Republic of Karelia. The issues relating to availability of the health resort treatment for the categories of citizens having the facilities from the state (invalids, pregnant women, etc.) and problems of the children recreation and the health improvement are examined as well.

В настоящее время россияне активно пользуются услугами отечественных курортов. Лечащие врачи рекомендуют многим больным проводить лечение на отечественных курортах: *«Эффективность санаторного лечения неоспорима. Практически все больные, прошедшие санаторный этап реабилитации, возвращаются к труду. У них в два-три раза снижается временная нетрудоспособность, уменьшается число обострений, как у взрослых, так и у детей. У постинфарктных больных повторные инфаркты бывают в два раза реже».*

Санаторий «Марциальные воды», первый Российский курорт, считается жемчужиной Республики Карелия. В 2009 г. санаторий отметил 290-летие и входит в 100 лучших курортов мира. При лечении используются уникальные природные лечебные факторы: габозерские грязи и марциальная вода, которая содержит железо и сульфаты и поднимает гемоглобин. Санаторий обладает богатой лечебной базой, предоставляет более 90 различных процедур. Минимальный срок лечения 12 дней, гостиничных услуг санаторий не оказывает.

«Марциальные воды» вносят свой вклад в оздоровление граждан не только Карелии, но и России. В санатории лечится около 6 тыс. чел. за год, из них около 60 % из Карелии. У санатория заключены договоры с предприятиями Республики Карелия и Мурманской области, когда сам отдыхающий платит за путевку в размере 30-50 % от ее стоимости, остальное оплачивает предприятие. *«Очень много из Мурманской области: они любят к нам ездить, отпуска там большие. Часть отпуска проводят на юге летом, а две-три недели лечатся у нас, потому что лечебная база у нас богатая. Также приезжают из Ленинградской области, особенно из Подпорожья, Лодейного поля. Из Санкт-Петербурга, Москвы много пациентов, особенно летом. Есть люди, которые приезжают к нам каждый год. Поменьше из Архангельска и Вологды. Бывают экзотические посещения: с Сахалина, Ханты-Мансийска. С Украины, Белоруссии часто приезжают»* (Интервью с главврачом ООО Санаторий «Марциальные воды» Белозеровой М.П., ноябрь 2009 г.). В санатории ведется вечерами культмассовая работа: *«каждый день концерты, фильмы и дискотеки, кроме понедельника. Работают бары, рестораны. Проводятся концерты силами отдыхающих. Музыкальный салон работает, освещенная трасса 2,5 км до озера, там русские бани, каминные залы, номера, люди некоторые с удовольствием субботу-воскресенье идут туда на рыбалку».*

Санаторий «Белые ключи» – бывший санаторий-профилакторий строителей, с 1993 г. стал акционерным обществом. Санаторий работает по трем направлениям: лечение, гостиничное обслуживание (принимают туристические группы), обслуживание конференций. Минимальный срок лечебной путевки – 10 дней. Можно приобрести курсовки на лечение без проживания и питания, необходимые дополнительные медицинские услуги за плату. В санатории отдыхающие могут посещать бассейн, жители города могут приобретать абонементы в бассейн. Лечение в санатории проводится с использованием уникальных природных факторов

¹ Материалы подготовлены по результатам круглого стола «Специфика организации курортно-оздоровительного туризма и его влияние на экономику региона», проводимого в рамках Международной научно-практической конференции «Роль туризма в модернизации экономики российских регионов» и интервью с руководителями и специалистами санаторных учреждений РК.

– озона и шунгита. Санаторий работает с шунгитом 7 лет: проводится шунгитовая очистка воды в бассейне, лечение больных с псориозами и другими заболеваниями, шунгит используется в качестве лечебной грязи при лечении заболеваний суставов.

В настоящее время санаторные учреждения испытывают серьезные трудности, и более того, остро стоит вопрос сохранения курортно-оздоровительной системы в целом². Основными факторами, препятствующими развитию санаторно-курортной отрасли в Республике Карелия, являются следующие:

Проводимая государственная тарифная политика вызывает у руководителей санаторных учреждений чувство обеспокоенности. В сложившихся условиях возможности развития и модернизации отрасли резко ограничены: *«Мы хотим сделать юбилейный парк, дооснастить кардиологическое отделение, надо две новые углекислые ванны, гидромассажные ванны, очень много надо оборудования. У нас есть 4 углекислых ванны, но их мало, а одна ванна стоит 250 тыс. Надо современные велотренажеры, беговые дорожки, хотелось бы открыть лечение холодом, оно очень эффективно при заболеваниях суставов. Гидромассажная ванна стоит 360 тыс. Все съедают тарифы, и они продолжают расти».*

В связи с повышением тарифов остается нерешенной проблема предоставления качественных услуг: *«Надо расширяться. Сейчас все спрашивают одноместные номера, но у нас их всего 6. Большие нужны одноместных номеров. Нам нерентабельно продавать двухместный номер одному человеку, мы не можем продать ему две полные путевки, потому что не будет же он за 2-х человек питаться. Мы можем продать два проживания, а лечение и питание одно, но это возможно, если не полностью заполнены номера, а у нас такого не бывает. Далее, нужен комфорт в номерах, у нас все необходимое есть (телевизор, холодильник), но номера считаются эконом-класса. Нужно чтобы был просторней номер, чтобы Интернет был. Надо сервис улучшать. Бывают граждане из Финляндии, но им нужно получше сервис и чтобы кто-то из обслуживающего персонала говорил по-фински».*

Наблюдается резкий скачок тарифов на электроэнергию: в 2010 г. тарифы возросли в 4 раза по сравнению с 2008 г. Рост тарифов влечет за собой увеличение стоимости путевки, что снижает доступность санаторно-курортных услуг для населения: *«Нас никто не финансирует, все идет со стоимости путевки. Мы рентабельно работаем, но стоимость путевок не может перекрыть варварский рост тарифов. Мы можем стоимость путевки увеличить до предела, но никто не поедет».* Одна из ожидаемых угроз проводимой тарифной политики – потеря клиентов и отрасли в целом: *«Главное, чтобы наши соотечественники имели возможность приезжать. Мы только раз в год повышаем стоимость путевки, в январе обычно, но электроэнергия так повысилась, что на июль-август надо повышать люксы и более комфортабельные номера».*

Чтобы сохранить стоимость путевки на прежнем уровне санатории вынуждены экономить, используя старое оборудование: *«У нас есть УЗИ диагностика, но аппаратик уже староват, необходим новый, они сейчас очень дорогие. Портативный стоит 300 тыс. руб.».*

Республиканская энергетическая комиссия устанавливает тарифы на горячую воду, тепло и пр., в том числе для градообразующих предприятий, и в защите тарифов на тепло запрещено работникам котельных повышать заработную плату, которая является крайне низкой. По мнению руководителей и специалистов санаторных учреждений, тарифная политика в отношении санаторно-курортной отрасли является антиразвивающей.

На стоимость путевки отдыхающих сказывается и проводимая земельная политика. В 2009 г. произошло резкое повышение оплаты за аренду земли. Финансовые возможности санаторных учреждений не позволяют платить за аренду земли в полном объеме. Дорогая аренда земли вынуждает сокращать рекреационные зоны санаториев.

Формирование земельных отношений учреждений санаторно-курортной отрасли с муниципальной властью нуждается в корректировке. Доход от пользования землей юридическим лицом не идет в доход местной администрации (курортного поселения). Если же частное лицо выкупает, или берет в аренду участки земли, то доход поступает в бюджет местной администрации. Таким образом, местной власти выгоднее передавать земли кооперативам, частникам и в результате появляются частные земли в рекреационных зонах муниципального образования. А в конечном итоге в ущерб остаются рекреационные зоны санатория.

Следующим фактором, препятствующим развитию санаторно-курортной отрасли, является кредитная политика. Не обеспечиваются декларированные льготы для санаторно-курортной отрасли, обязательства Правительства по льготному возврату кредита в течение 4-х лет не выполняются.

Большие проблемы возникают у санаториев с лицензионным обеспечением. Так санаторий «Марциальные воды» имеет уникальные лечебные курортные факторы, одним из которых является вода, богатая железом и сульфатами. Раньше в санатории была своя лаборатория по исследованию качества воды, но потом ее закрыли, так как санаторий не смог выполнить требования для получения лицензии на ее деятельность: *«Лабораторию закрыли, потому что нужно отдельное лицензирование и чуть ли не отдельное помещение и отдельный вход с улицы, а у нас она располагалась на втором этаже».* Теперь санаторий вынужден отправлять

² Приказ Минздравсоцразвития РФ от 27.01.2006 № 44 (ред. от 21.11.2008) «О долечивании (реабилитации) больных в условиях санатория».

воду на анализ в лабораторию г. Петрозаводска, за 60 км от санатория два раза в неделю. Стоимость такого анализа составляет 5 тыс. рублей.

Для получения лицензии на воду, тепло, электричество и пр. необходимо сделать экспертизу, которая стоит очень дорого. В результате высокие затраты на экспертизу сказываются в конечном итоге на стоимости путевки отдыхающих.

По мнению руководителей санаториев необходимо, чтобы лицензирование у предприятий социальной направленности было бессрочным.

Санатории вынуждены нести немалые затраты и по сертификации и декларации. На изготовление продукции местного производства сертификаты отменены, но это не облегчило развитие бизнеса в части общественного питания. Внутрицеховые передвижки готовой продукции должны быть продекларированы в комитете по сертификации, услуги по сертификации должны быть оплачены.

Санатории РФ выполняют функции оздоровления и лечения населения. Главными карельскими здравницами, обслуживающими льготные категории граждан по социальным путевкам являются санатории «Марциальные воды» и «Белые ключи». Реабилитацию определенных категорий граждан (оздоровление пенсионеров – инвалидов войны и труда, кому полагается соц. пакет, реабилитация работающих через фонд ФСС) проводило Министерство здравоохранения и социального развития, затем эти полномочия были переданы фонду социального страхования.

С 2010 г. функции по организации и финансированию оздоровления детей и долечивания граждан после стационара переданы субъектам РФ. Федеральным законом от 24.07.2009 № 213-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ и о признании утратившими силу отдельных законодательных актов РФ в связи с принятием Федерального закона «О страховых взносах в Пенсионный фонд РФ, Фонд социального страхования РФ, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования» были внесены изменения в Федеральный закон от 16.07.1999 № 165-ФЗ «Об основах обязательного социального страхования». Утратил силу подпункт закона о страховом обеспечении по оплате путевок на санаторно-курортное лечение и оздоровление работников и членов их семей. В результате в настоящее время в Республике Карелия очень остро встал вопрос по реабилитации беременных, граждан с сахарным диабетом, инвалидов и лиц с сердечно-сосудистыми заболеваниями.

Одно из направлений санатория «Марциальные воды» - реабилитация граждан с сердечно-сосудистыми заболеваниями. В санатории было создано кардиологическое отделение, где успешно осуществлялась реабилитация больных после острого инфаркта-миокарда и инсульта: *«У нас уже 30 лет работает отделение реабилитации на 40 коек для пациентов, которые перенесли инфаркт миокарда. Для работающих граждан Фонд социального страхования выдавал путевки, передавал их лечебным учреждениям (Республиканской больнице, больнице скорой медицинской помощи г. Петрозаводска), которые отбирали больных, чтобы те сразу после стационара проходили у нас реабилитацию. И сейчас прибавилась группа таких больных, поскольку в Карелии открылся Кардиологический центр и больные поступают к нам после операции на сердце и сосудах. Всего в кардиологическом отделении санатория за год мы пролечиваем 450-600 человек».* (Из интервью с главным врачом санатория ООО Санаторий «Марциальные воды» Белозеровой М.П., апрель 2009 г.). В настоящее время специалисты санатория выражают беспокойство по поводу изменения возраста контингента с сердечно-сосудистыми заболеваниями: *«За последние 5 лет произошло омоложение такого контингента, 65 % составляют мужчины»* (Из интервью с генеральным директором ООО Санаторий «Марциальные воды», апрель 2010 г.).

С 1 января 2010 г. санаторий не получил ни одного кардиологического больного. В настоящее время созданное 30 лет назад кардиологическое отделение, которое наработало определенный опыт, находится под угрозой закрытия: *«С января по апрель 2010 г. уже прошло бы лечение 100 больных. Отделение рассчитано на 40 коек, палата реанимации есть. К нам поступали с инсультом тяжелые больные. У нас были ночные посты, дежурные врачи. С ними тоже надо вопрос решать, но пока мы всю структуру держим. Говорим о демографическом факторе, а наяву все получается по-другому. Если люди не получают реабилитацию, то где гарантия, что будет успех от проведенных операций. Какая может быть реабилитация в условиях поликлиники?»* (Из интервью с генеральным директором ООО Санаторий «Марциальные воды», апрель 2010 г.).

Начиная с 2000 г., с Фондом социального страхования активно работал и санаторий «Белые ключи», проводилась успешно реабилитация беременных женщин, граждан с сахарным диабетом, с проблемами желудочно-кишечного тракта: *«В 2006 г. мы были вообще лидерами по стране, мы брали от 1500-2000 чел. Мы делим их по заездам, заехало 75 чел., живут 3 недели, потом приезжают следующие. Бывает по 45 берем»* (Из интервью с генеральным директором санатория «Белые ключи»).

Санаторий мог брать беременных женщин на реабилитацию, потому что по нормам реабилитацию этой категории следует осуществлять в учреждениях, находящихся не дальше чем в 25-30 км от ближайшего роддома. Санаторий отвечает этим требованиям, поскольку находится в черте г. Петрозаводска. Беременных из районов направляют в перинатальный центр, с перинатального центра, оказав там

непосредственную стационарную помощь, направляют в санатории, где питание и где более щадящие условия: *«В городской больнице кормят на 37 руб., мы на 157, т.е. это пятикратное увеличение количества продуктов. Беременным я должна дать фрукты, мясо, рыбу. Я должна их накормить 4 раза как минимум и дать соки. У нас были очень хорошие показатели в этом направлении. Сегодня долечивание у фонда социального страхования отобрали и никуда беременных не берут, поскольку все переместили на местный уровень»* (из интервью с генеральным директором санатория «Белые ключи»). С 2010 г. беременные женщины из-за недостатка средств регионального бюджета лишены возможности проходить реабилитацию в условиях санатория.

В Карелии около 15 тыс. больных сахарным диабетом. «Белые ключи» - первый и единственный в Карелии санаторий, который начал проводить реабилитацию граждан с впервые выявленным сахарным диабетом: *«Под особо тяжелых больных у меня была набрана команда. У меня есть эндокринолог, аппаратура, есть OZON – великолепные общеоздоровительные результаты на нем, очень хорошо для сахарного диабета, мы клиентам подбирали питание, проводили здесь школу диабета. С нового 2010 г. этого тоже лишили. Сегодня работа отделения у меня приостановлена»*.

По словам директора в 2010 г. на оздоровление льготников в Республике выделили 500 путевок, а очередь составляет 6000 чел.

Вызывает беспокойство у специалистов и руководителей социальной сферы проводимая государственная и региональная политика по поддержке оздоровления детей. Эксперты согласны с утверждением, что оздоровление детей должно быть приоритетным направлением государственной политики. Проблема оздоровления детей остается актуальной для Республики Карелия: 57 % детей Республики Карелия нуждаются в оздоровлении, 27 % – в санаторно-курортном лечении. Возможности предоставления оздоровительных услуг для детей ограничены в связи с недостатком финансирования и ликвидацией детских санаториев в Республике Карелия. В Республике Карелия существовало несколько санаториев в различных районах: в Лахденпохья, Сортавала, в Кондопожском районе «Кивач» и др., которые активно проводили лечебно-профилактические мероприятия по оздоровлению детей.

Так, санаторий «Белые ключи» был ведомственным санаторием-профилакторием строителей и обслуживал детей из 4 ведомственных детских садов: *«детей привозили утром с воспитателями в санаторий, здесь они делали зарядку, ингаляции, массаж, плавали, затем они уезжали обратно в детский садик, обедали и ложились спать. Таким образом, в результате проводимых мероприятий по оздоровлению детей нам удалось снизить заболеваемость детей строителей на 30 %»*. Детский санаторий «Кивач» успешно осуществлял оздоровление детей с заболеваниями астмы, аллергии и др.

На настоящий момент в республике практически не осталось ни одного детского санатория, остро стоит вопрос оздоровления и отдыха детей. Возможности решить этот вопрос у республики ограничены.

Одной из попыток решения этой проблемы является организация в республике с 2007 г. в летний период на базе педиатрических отделений учреждений здравоохранения курсов оздоровления и реабилитации детей и подростков, нуждающихся в оздоровлении преимущественно из семей группы социального риска или находящихся в трудной жизненной ситуации (например, Приказ № 486 Минздравсоцразвития РК от 28.05.2010 г.). Дополнительных средств районные больницы на оздоровление детей не получают. Поэтому, ввиду крайнего недостатка средств и услуг районной больницы проведение качественного оздоровления детей затрудняется: может ограничиваться предоставлением только услуг массажиста; нет отдельных помещений для такой категории детей и они вынуждены находиться в палатах с больными детьми. Отсутствие услуг воспитателя, социального работника также затрудняет качественное оздоровление детей (отменяются прогулки на свежем воздухе и др.). Кроме того, ограниченные ресурсы больницы не позволяют предоставлять для оздоровления детей в необходимом количестве соки, фрукты и др.

По мнению социальных педагогов районных школ, детям необходима реабилитация в санатории. В последние два года предложения по санаторному оздоровлению детей стали очень часто поступать от районных центров социальной работы. Так, Центры социальной работы РК в 2010 г. активно предлагали детям из малообеспеченных семей бесплатные путевки в санатории, находящиеся в пределах республики Карелия, в Ленинградской области (санаторий «Ленинградец»), на Черном море, Белоруссии. Дети из обеспеченных семей могут пройти лечение и отдохнуть в санатории за 30-50 % стоимости путевки.

Социальными педагогами была поднята следующая проблема, препятствующая поездке детей из малообеспеченных семей в санатории, связанная с ограниченными финансовыми возможностями семьи: *«Пребывание в санатории для детей из малообеспеченных семей бесплатное, но некоторым семьям сложно собрать ребенка в санаторий. Дорогу до Петрозаводска, где осуществляется организация по дальнейшей отправке детей в санатории, нужно оплачивать самостоятельно. А довести до Петрозаводска – минимум на дорогу нужно 700 руб. на чел., а 1500 для двоих так легко не найти семье, которая живет только на пособия детей, родители безработные или получают заработную плату в размере прожиточного минимума. Это – в основном очень бедные семьи. Необходимо предусматривать транспортные расходы для категории бедных семей»*.

В республике работает детский санаторий-профилакторий «Русский Север», созданный на базе бывшего пионерского лагеря, рассчитан на 120 мест. В настоящее время санаторий испытывает ряд трудностей, одна из которых связана с распределением путевок посредством аукциона: «Мы должны в аукционе бороться за лот, это значит снижать цену путевки. Это для нас очень плохо. Мы должны будем на чем-то экономить и, скорее всего на стенах, потому что на лекарствах нельзя, на персонале нельзя, на еде нельзя, на досуге тоже нежелательно, остаются стенки, как они были, так и будут. Дети есть дети, им какую кровать не поставь, они все равно ее сломают, они занавески срывают, белье исчиркивают, один раз унитаз сломали, и стенку могут испортить. Мы после смен души покупаем новые. А чинится все за счет санатория. Мы не можем этого заложить в путевку, потому что стоимость путевки сразу возрастает. Мы даже сейчас не влезаем в калькуляцию, которую нам дают, а если мы ее еще аукционом уменьшим, то вообще не знаем, что будет делать. Это опять косметика и ничего толком не поменять» (из интервью с директором санатория «Русский север»).

В межсезонье санаторий «Русский север» недозагружен: «У нас смены были маленькие 15-20 чел., это убыточно, надо хотя бы 50. Это же работают повара, котельные, и, причем работают на полную мощность». В санатории осуществляется программа общего оздоровления детей. Для детей младшего школьного возраста и детей из старших групп детского сада санаторий предлагает 20 дневные заезды: «Летом 2009 г. обнаружили проблему: младший школьный возраст и подготовщики – родителям некуда их деть. В лагерь их практически не берут, надолго и далеко бояться родители отсылать ребенка. Мы думали делать просто дневной лагерь, но это очень дорого, так как перевозки (учреждение находится в 17 км от города)... и получается по себестоимости 250 руб. в день. Мы решили, будем делать смену, попробуем сейчас набрать смену, потом захотят родители – продлят. Мы вообще можем брать детей с 4-х и до 15-ти лет».

Лечение и оздоровление детей могли бы взять на себя и санатории «Марциальные воды», «Белые ключи», где есть свободные площади, хорошие возможности лечебной базы. Но основной проблемой, например, в «Марциальных водах» является организация обучения детей: «надо содержать школу – это 18 чел. преподавателей, их надо накормить, расселить, всем выдать классы. Я спросил, почему мы не можем возить в школу в поселение Спасская губа (находится на расстоянии около 10 км от санатория), там школа пустует, и пустует в п. Кончезеро. Детей наших сотрудников мы возим в школу в п. Кончезеро (находится в 2-х км от санатория) и добавит туда 115 чел. этих детей была бы не проблема. Но мне сказали: «Вы не имеете на это право, потому, что по закону дети должны обучаться на месте» (из интервью с генеральным директором ООО Санаторий «Марциальные воды», апрель 2010 г.).

По результатам проведенной работы можно сделать следующие выводы по обеспечению оздоровлению и отдыха детей: необходима государственная политика по поддержке оздоровления детей в санаториях, включающая меры по созданию и развитию детских санаториев. С этой целью предусмотреть следующее:

- должна существовать нижняя планка государственной загрузки детских санаториев;
- необходимы курсы лечения по принципу «Мать и Дитя» с компенсацией стоимости путевки;
- необходима более гибкая налоговая политика в отношении детских санаториев (изменение сроков для сезонных предприятий и др.); возврат льготного тарифа на электроэнергию на летний период работы детских санаториев.

В целом санаторно-курортная отрасль нуждается в государственной поддержке и координации. По мнению экспертов, все существующие проблемы санаторной отрасли вызваны прежде всего с тем, что санаторная отрасль передана здравоохранению только номинально: «Раньше был Совет по управлению курортами в Москве, а у нас в Карелии – отделение и все санатории региона ему подчинялись. Ни каким образом этот совет не подчинялся напрямую Минздраву, курортная система шла самостоятельной отраслью. Сейчас по кодам номенклатурным она как бы передана Минздраву, но никто толком за эту отрасль не взялся. Сейчас по кодам номенклатурным санаторная отрасль передана здравоохранению. Оно как бы передано, но никто толком за эту отрасль не взялся. Мы пользуемся нормативными документами из здравоохранения, но там мало, что есть касающееся санаторной службы. До сих пор санаторная отрасль находится в обособленном положении. Каждый санаторий разбирается со своими проблемами сам. Нет в Минздраве ни заместителя, ни отдела, который бы занимался санаториями. Мы – санаторий общего плана, есть санатории определенного плана, спинальные, дыхательные, противотуберкулезные, но их осталось очень мало, кто выжил, тот выжил. Единая организационная и документальная система не выстроена» (Из интервью с генеральным директором санатория «Белые ключи», апрель 2010 г.). Необходима государственная поддержка центров восстановительной медицины и реабилитации, включающая: льготную тарифную политику на все виды услуг ЖКХ, выделение средств на развитие лечебной и материально-технической базы, увеличение ЗРП сотрудникам данных центров.

ВЛИЯНИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ МОБИЛЬНОСТИ НА КАЧЕСТВО ЖИЗНИ¹

Статья посвящена туризму как важному фактору качества жизни и общественного здоровья. Представлена и обоснована оценка влияния туристской мобильности на качество жизни при помощи социологических методов исследования.

Morozova T.V., Murina S.G. The Influence of the Tourist-Recreational Mobility upon on the Quality of Life

The article deals with the tourism as an important factor affecting the quality of life and the public health. The estimation of influence of the tourist mobility upon the quality of life based on the sociological methods of research is given in the article and given prove.

Потребности людей в отдыхе относятся к основным физиологическим потребностям, удовлетворение которых имеет большое значение в жизни каждого отдельного человека и общества в целом, поскольку именно в этой сфере происходит восстановление жизненных сил и здоровья человека. Рекреация как процесс расширенного воспроизводства физических, психических и интеллектуальных сил человека составляет одну из важнейших основ туризма, поскольку туристские потребности по своей сути представляют рекреационные потребности людей. Известно, что рационально организованный отдых не только укрепляет физическое и психическое здоровье человека, но и способствует интеллектуальному и духовному развитию личности. В этом контексте туризм представляется важнейшим фактором физического и нравственного оздоровления населения².

В современном обществе туризм представляет собой не только важную составную часть экономики, но и важную часть жизни людей, одновременно являясь и следствием, и фактором повышения качества жизни. Недооценка социально-экономического значения туризма при разработке социальной политики в регионах привела к существенному ограничению потребления туристско-рекреационных услуг для большинства жителей нашей страны. В условиях существенного снижения уровня жизни, усиливающейся социально-экономической дифференциации и стремительного роста цен на важнейшие жизненно необходимые товары и услуги, потребность в отдыхе и укреплении здоровья для большинства населения оказалась наименее удовлетворяемой.

В научно-исследовательских проектах Института экономики КарНЦ РАН большое внимание всегда уделялось исследованиям качества жизни населения Республики Карелия. В результате проведенных экономико-социологических обследований домохозяйств республики был накоплен обширный эмпирический материал, который позволил получить достаточно полное представление об основных тенденциях и особенностях формирования качества жизни, выявить существующие проблемы.

В анкетных опросах была использована целевая территориальная выборка, отражающая структуру территориальных образований Республики Карелия. Анкетный опрос осуществляется с формированием двухступенчатой расслоенной выборочной совокупности домохозяйств с учетом требований репрезентативности выборки и способов математико-статистической обработки результатов. Опросный лист для домохозяйства включал в себя несколько относительно самостоятельных блоков: социально-демографический, занятость населения, источники и структура доходов, расходы и потребительские ожидания, жилищные условия и материальная обеспеченность, здоровье и доступность медицинских услуг, социальные услуги, социальное самочувствие и социально-политические предпочтения. В том числе особо рассматривалось состояние общественного здоровья, как актуальной составляющей качества жизни в регионе в современный период.

Понятие общественного здоровья включает в себя физическое, психическое и социальное здоровье общества. Общественное здоровье формируется под влиянием комплексного воздействия экономических, социальных и природных факторов окружающей среды. Состояние общественного здоровья в решающей степени определяет не только физическую дееспособность граждан страны, но и характер процессов демографического воспроизводства, а также само существование населения. С повышением роли человеческого фактора в региональном развитии общественное здоровье представляется одной из важнейших составляющих общественного прогресса³.

На основе эмпирических материалов анкетного опроса домохозяйств была сформирована электронная база данных в системе SPSS⁴. В ходе анализа полученной информации был выявлен целый комплекс проблем в сфере рекреационного воспроизводства человеческого капитала. В их числе – не только недоступ-

¹ Статья написана по материалам экономико-социологических обследований домохозяйств Республики Карелия, осуществляемых по инициативе Института экономика Карельского НЦ РАН (проект № 06-06-80413а, рук. д.э.н. Козырева Г.Б.), РГНФ (проект № 05-02-02089а, рук. к.э.н. Белая Р.В., № 07-02-18012е, рук. к.э.н. Сухарев М.В., № 07-02-02009а, рук. д.э.н. Морозова Т.В.). Всего было опрошено 1064 домохозяйств с общим количеством проживающих 2789 чел. (Сортавала, Костомукша, Питкяранта, Лахденпохья).

² Зорин И.В. Феномен туризма – М.: Наука. – 2005. – С. 81.

³ Римашевская Н.М. Качество человеческого потенциала в современной России // Безопасность Евразии. – 2004. – №1. – С. 19.

⁴ SPSS – универсальная система статистического анализа информации.

ность организованного отдыха для отдельных категорий граждан из-за высокой стоимости рекреационных услуг, но и отсутствие регулярных практик активных форм кратковременного отдыха (например, в праздничные и выходные дни), несформированная потребность значительной части населения организовать свой ежегодный отпуск с целью укрепления и восстановления здоровья. Были также выявлены основные причины неудовлетворительного состояния здоровья населения. Одна из таких причин – невысокий уровень жизни, обусловленный в первую очередь низким уровнем доходов (табл. 1).

Таблица 1

Зависимость оценок состояния здоровья респондентов от уровня дохода, % ответов

Уровень среднедушевого дохода домохозяйства, выраженный в прожиточных минимумах (ПМ)	Оценка состояния здоровья				В целом по выборке
	очень хорошее	хорошее	удовлетворительное	плохое	
до 1 ПМ	5,0	20,7	61,0	13,3	100,0
от 1-го до 2-х ПМ	4,4	40,6	48,2	6,8	100,0
от 2-х до 3-х ПМ	8,8	43,2	44,0	4,0	100,0
свыше 3-х ПМ	8,9	45,5	43,6	2,0	100,0
В целом по выборке	5,3	35,8	52,6	6,3	100,0

По данным таблицы отчетливо видно, что наблюдается зависимость между уровнем доходов населения и оценками состояния здоровья. Так, среди бедного сегмента большее число респондентов оценило свое здоровье как удовлетворительное и плохое. По мере возрастания уровня среднедушевого дохода возрастает и число положительных оценок.

Вторая основная причина плохого здоровья – недостаточность профилактических мероприятий не только со стороны органов здравоохранения, но и со стороны самого населения, что проявляется, прежде всего, в отношении людей к своему здоровью. Результаты проведенного исследования демонстрируют, что модели самосохранительного поведения людей с целью поддержания и укрепления своего здоровья еще не являются в нашем обществе доминирующими. Распространенность среди населения существующих практик поддержания и укрепления своего здоровья представлена в таблице 2.

Таблица 2

Распространенность среди населения существующих практик поддержания и укрепления своего здоровья

«Что обычно Вы предпринимаете для поддержания, укрепления, сохранения своего здоровья?»	Доля респондентов, отметивших данную позицию, %
обращаюсь к врачам-специалистам при необходимости	70,6
лечусь сам	42,1
регулярно прохожу профосмотры	33,2
регулярно занимаюсь физкультурой и спортом	15,4
прохожу диспансерные обследования	11,8
практикую санаторно-курортное лечение	3,8
обращаюсь к специалистам нетрадиционной медицины	2,4
ничего не предпринимаю	4,9

Как правило, люди предпочитают лечение уже имеющихся заболеваний профилактическим осмотрам, в том числе и при помощи платной медицины (затраты на платные медицинские услуги присутствуют в семейном бюджете 62 % домохозяйств). Занятия физкультурой и спортом как профилактическую меру указали только 15 % респондентов (затраты на посещение оздоровительных и спортивных клубов отметили 12,2 % домохозяйств), санаторно-курортное лечение практикуют только 3,8 % опрошенных, а около 5 % респондентов вообще не предпринимая никаких мер для сохранения и укрепления своего здоровья.

Результаты опросов населения показали, что отсутствие полноценного отдыха наряду с постоянными стрессами и нервными перегрузками являются главными факторами негативного воздействия на здоровье, причем данная зависимость характерна для населения с разным уровнем благосостояния (табл. 3).

Известно, что даже после полноценного трех-четырёх недельного отдыха уже через четыре-шесть месяцев потенциал работоспособности человека резко снижается и, если не будут приняты предупредительные меры, наступает утомление, переходящее затем в хроническое. Появление синдрома хронической усталости ведет к подрыву иммунных и адаптивных способностей, что грозит индивиду развитием каких-либо патологий, а обществу – малопродуктивным трудом и дальнейшим усугублением демографической ситуации.⁵

⁵ Зорин И.В., Лаверов Н.П., Некипелов А.Д. Системный взгляд на государственную политику Российской Федерации в области туризма // Туризм: право и экономика. – М.: Юрист. – 2005. – № 4. – С. 11-16.

Распределение по степени значимости факторов негативного воздействия на здоровье населения

Угрозы для здоровья	Доля респондентов, отметивших данный фактор, %			
	Всего	в т. ч. по уровню дохода*		
		до 1-го ПМ	от 1-го до 2-х ПМ	св. 2-х ПМ
Наличие постоянных стрессов и нервных перегрузок	53,1	54,8	53,0	47,4
Отсутствие полноценного отдыха	50,9	54,8	48,8	63,2
Трудное материальное положение	41,8	62,5	34,5	42,1
Низкое качество медицинского обслуживания	41,3	38,5	42	47,4
Недоступность необходимых медицинских услуг	34,2	41,3	32	26,3
Неблагоприятная экологическая обстановка	30,8	26,0	31,7	52,6
Перегрузки на работе	30,8	33,7	31	21,1
Неблагоприятный климат	23,7	17,3	25,6	26,3

*в зависимости от количества прожиточных минимумов (ПМ), приходящихся в среднем на одного члена домохозяйства по состоянию на момент опроса

Было установлено, что за пределы своего постоянного места жительства для отдыха, оздоровления и путешествий в течение года, предшествующего опросу, выезжали 63 % респондентов, в том числе 12 % в страны дальнего зарубежья. Главными целями поездок являются: гостевые (отметили 69 % респондентов), культурно-развлекательные (34 %), общение с природой, турпоходы, рыбалка, охота (19 %), походы по магазинам и покупки (17 %), культурно-познавательный и оздоровительный отдых (14 % и 13 % соответственно).

Выбор способов отдыха в решающей степени зависит от уровня материального положения семьи, места проживания и наличия необходимого свободного времени. Более состоятельные группы населения чаще практикуют пляжный и оздоровительный отдых, путешествия с культурно-познавательными целями, в то время как для наиболее бедных слоев населения характерны такие «традиционные» для жителей Карелии способы отдыха, как охота, рыбалка, сбор ягод, грибов, работа на приусадебном участке или даче (табл. 4). Среди тех, кто отдых заранее не планирует или проводит отпуск дома, оказался наибольший процент малообеспеченных. Три четверти респондентов из этой группы (72,3 % и 76,8 % соответственно) имеют доход менее 2-х прожиточных минимумов, причем одна треть (33,2 % и 34,3 %) – ниже границы прожиточного минимума.

Таблица 4

Способы проведения отдыха в зависимости от уровня дохода, % ответов

Уровень среднедушевого дохода домохозяйства, выраженный в прожиточных минимумах (ПМ)	Способы проведения отдыха					В целом по выборке
	в основном дома	охота, рыбалка, сбор ягод, грибов	оздоровительный, пляжный отдых на курортах, в пансионатах и т.п.	культурно-познавательный отдых	выезжали по путевке (за последние 12 мес.)	
до 1 ПМ	26,3	14,6	1,3	0,5	6,0	100,0
от 1 до 2-х ПМ	17,0	11,8	9,0	2,6	0,2	100,0
от 2-х до 3-х ПМ	14,3	12,9	15,7	5,2	10,0	100,0
свыше 3-х ПМ	14,3	8,1	21,1	7,5	17,0	100,0
В целом по выборке	18,2	12,1	10,4	3,5	8,6	100,0

Жители малых городов более склонны к активным видам отдыха (охота, рыбалка, сбор грибов и ягод, работа на приусадебном участке, посещение родственников, проживающих в другой местности), тогда как жители столицы Карелии предпочитают более спокойный отдых (выезд на природу, в деревне, на даче, пляжный отдых). Примечательно, что жители столицы Карелии в большей мере склонны проводить свой отпуск дома, никуда не выезжая за пределы своего постоянного места жительства, чем жители малых городов республики⁶.

Также было исследовано влияние способа проведения ежегодного отпуска на здоровье. Большинство респондентов (86,6 %), полностью посвятивших свой отпуск отдыху, отмечают его положительное влияние на свое здоровье. Среди выезжающих на отдых по путевке этот процент еще выше, 92,3 % от общего числа организованных туристов дали положительный ответ. Преимущественно отрицательные оценки влияния отпуска на здоровье дали респонденты, которые во время своего отпуска практически не отдыхали, а работали, учились, решали семейные проблемы и пр. (табл. 5).

Положительное влияние отдыха и путешествий на здоровье человека несомненно. Однако низкий уровень жизни значительной части населения не позволяет людям путешествовать так часто, как бы им хотелось. Трудное материальное положение (в целом по выборке отметили 59,5 % респондентов) и дефицит свободного времени (24,5 %) являются главными препятствиями, сдерживающими туристскую мобильность. Отсутствие каких-либо ограничений, связанных с возможностью путешествовать указали только 17,9 % опрошенных.

⁶ Мурина С.Г. Отдых населения и качество жизни / Северные туристские дестинации как доминанта развития туризма Северо-Западного региона / Труды межрегиональной научно-практической конференции. – Петрозаводск, 15-16 мая 2008 г. – Петрозаводск: КарНЦ РАН, 2008.

Оценка респондентами влияния отпуска на здоровье в зависимости от выбора способов проведения ежегодного отпуска, % ответов

Как Вы провели большую часть своего последнего отпуска?	Способствовал ли Ваш последний отпуск восстановлению сил и здоровья?					Итого
	да	скорее да, чем нет	скорее нет, чем да	нет	затрудняюсь ответить	
только отдыхали	53,8	32,8	7,3	2,1	4,0	100,0
работали на других работах	12,5	26,8	41,1	5,3	14,3	100,0
работа на даче	18,3	41,8	16,4	8,9	14,6	100,0
учились	9,1	36,3	18,2	27,3	9,1	100,0
ремонт квартиры, дачи, машины	7,0	31,4	31,4	11,6	18,6	100,0
решали семейные проблемы	7,1	24,7	42,4	12,9	12,9	100,0
В целом по выборке	32,0	32,9	18,7	6,6	9,8	100,0
Из них организованные туристы	58,2	34,1	5,5	-	2,2	100,0

Влияние отдыха на качество жизни определялось при помощи анализа таблиц сопряженности, построенных в программе SPSS при помощи распределения ответов респондентов относительно «обычных практик проведения своего ежегодного отпуска» в зависимости от оценки ими степени удовлетворенности своей жизнью и удовлетворенности положением своей семьи.

Наиболее позитивные оценки удовлетворенности жизнью продемонстрировали группы отпускников, выезжающие на оздоровительный или пляжный отдых, и все группы «организованных туристов», то есть выезжающих на отдых по путевке. В целом удовлетворены своей жизнью люди, активно общающиеся с природой, выезжающие на охоту, рыбалку, сбор ягод и грибов, в то время как на респондентов, проводящих свой отпуск дома, либо работающих без отпуска, приходится наибольшая доля ответов «жизнь не устроена» и «жить трудно».

В таблице 6 представлено ранжирование оценок удовлетворенности жизнью в зависимости от способов проведения ежегодного отпуска по трем позициям «высокая», «средняя» и «низкая». Оценки в баллах были получены при помощи следующего расчета:

$$U = \frac{\sum_{i=1}^n P_i n}{\sum_{i=1}^n P_i}$$

Где:

U – общая оценка удовлетворенности жизнью в баллах;

i – вариант ответа, выраженный в баллах;

P_i – количество ответов по i -варианту;

n – количество вариантов ответов.

Таблица 6

Субъективные оценки удовлетворенности жизнью в зависимости от способов проведения ежегодных отпусков

Способы проведения ежегодного отпуска	Оценка удовлетворенности жизнью					
	Своей жизнью			Жизнью своей семьи		
	балл	рейтинг	степень удовлетворенности	балл	рейтинг	степень удовлетворенности
все случаи организованного туризма	3,39	1	высокая	2,99	2	высокая
пляжный отдых	3,24	2	высокая	3,16	1	высокая
оздоровительный отдых	3,03	3	высокая	2,94	3	средняя
культурно-познавательный туризм	2,95	4	средняя	2,78	5	средняя
гостевой туризм	2,91	5	средняя	2,8	4	средняя
охота, рыбалка, сбор ягод, грибов	2,87	6	средняя	2,68	7	низкая
отдых заранее не планирую	2,82	7	низкая	2,73	6	средняя
в основном дома, никуда не езжу	2,71	8	низкая	2,51	9	низкая
в последнее время работаю без отпуска	2,58	9	низкая	2,66	8	низкая
В целом по выборке	2,87	-	-	2,71	-	-

При расчетах все ответы измерялись по четырехбалльной шкале («4» – все хорошо, жизнь вполне устроена; «3» – все не так плохо, жизнь устроена; «2» – жить трудно, жизнь не устроена; «1» – терпеть бедст-

венное положение невозможно, жизнь совсем не удовлетворена), варианты «затрудняюсь ответить» не рассматривались.

Полученные результаты от 3-х и выше баллов оценивались как высокая степень удовлетворенности жизнью, результаты ниже 3-х баллов, но не ниже, чем в среднем по выборке – как средняя степень удовлетворенности, а все результаты ниже среднего – как низкая удовлетворенность жизнью.

В итоге оказалось, что высокая степень удовлетворенности жизнью характерна для респондентов, практикующих, прежде всего, организованные виды отдыха, а также пляжный и оздоровительный отдых на курортах. Средняя степень удовлетворенности оказалась у тех, кто предпочитает культурно-познавательный и гостевой виды туризма, активные виды отдыха на природе (охота, рыбалка, сбор ягод, грибов); низкая степень – у тех категорий граждан, кто свой отдых заранее не планирует, работает без отпуска или проводит его дома, никуда не выезжая.

Примечательно, что по всем анализируемым группам, выделенным по способу проведения ежегодного отпуска, оценки респондентов удовлетворенностью своей жизнью оказались несколько выше, чем удовлетворенность той же группы положением своей семьи. Исключение составляют респонденты, работающие без отпуска, они в большей мере удовлетворены положением своей семьи, чем устроенностью своей жизни. Это дает основание предположить, что практика работы без отпуска в большинстве случаев является вынужденной мерой, направленной на улучшение материального положения семьи.

Результаты проведенного исследования позволили сделать вывод, что организованный отдых и доступность туризма являются существенными факторами повышения качества жизни через эффективную рекреацию населения, что проявляется посредством укрепления адаптационного потенциала населения к современным условиям жизни и повышения качества воспроизводства самого населения (и, соответственно, трудовых ресурсов региона).

УДК 614.215

Разумов А.Н.

МЕТОДОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ И ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ ВОССТАНОВИТЕЛЬНОЙ МЕДИЦИНЫ В ЦЕЛЯХ ОЗДОРОВЛЕНИЯ И САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ЛЕЧЕНИЯ

В статье раскрывается новая парадигма на систему восстановительной медицины. Предложен методологический подход развития и организации системы восстановительной медицины как самостоятельного направления в медицинской науке и практическом здравоохранении, в основу которого положены профилактические принципы. Особое место в этой системе занимает санаторно-курортная помощь, использующая технологии восстановительной медицины преимущественного применения природных лечебных факторов.

Razumov A.N. The Development Methodology and Organization of the Regenerative Medicine System for the Health Resort
The article reveals a new paradigm for the regenerative medicine system. The author offers the methodological approach to development and organization of the regenerative medicine as an independent branch of the medical science and the practical public health, which is based on the prevention principles. The technologies of the regenerative medicine that use the natural therapeutic factors take an especial place in this system.

Формирование специальности как любого процесса проходит в несколько этапов: кумуляция знаний; осознание необходимости создания специальности как нового направления; определение предмета специальности, ее методологии и терминологии; официальное утверждение; развитие; накопление и углубление знаний, комплексирование с другими специальностями.

Восстановительная медицина прошла этап становления и продолжает быстро развиваться.

При формировании системы восстановительной медицины как самостоятельного направления в медицинской науке и практическом здравоохранении в ее основу были положены профилактические принципы.

Состояние здоровья нации есть главный причинный стимул к реконструированию профилактической медицины. Ибо даже неполный мониторинг демографических процессов и уровней здоровья нации, проведенный институтами РАМН и Минздрава РФ, позволяет сделать далеко некомплементарные выводы об итогах XX в. в области профилактической медицины.

Задача: нужны систематические, последовательные, согласованные действия на всех уровнях власти и общества, направленные на выращивание новых институтов охраны здоровья, способных повернуть систему к конкретному человеку.

Концептуальные направления развития восстановительной медицины в РФ:

В области политики, индивидуального и социального сознания, психологии и этики — формирование общественной и индивидуальной культуры здоровья; создание социально-нравственной доминанты ценности здоровья, мотивации на постоянную заботу о сохранении здоровья у себя и подответственных лиц.

В области экономики – внедрение системы обязательных оздоровительных и профилактических мероприятий на производстве, прогрессивных форм медицинского страхования в зависимости от состояния здоровья, мер по целенаправленному укреплению здоровья человека как природной базы профессионального долголетия, как фактора повышения эффективности профессиональной деятельности.

В области профилактической медицины – формирование сети Центров (отделений, кабинетов) здоровья, перечня государственных гарантий и медико-экономических стандартов на профилактические услуги в системе обязательного медицинского страхования; повышение эффективности диагностических и оздоровительных технологий восстановительной медицины; подготовка кадров.

Восстановительная медицина – система научных знаний и практической деятельности, направленных на восстановление функциональных резервов человека, сниженных в процессе неблагоприятного воздействия факторов среды и деятельности или в результате болезни с применением преимущественно немедикаментозных технологий.

Оздоровление – комплекс профилактических медицинских мероприятий, направленных на восстановление сниженных функциональных резервов и адаптивных возможностей организма у практически здоровых лиц.

Функциональные резервы организма – регуляторные возможности человека по поддержанию адаптивных свойств его саморегулируемых функциональных систем и организма в целом.

Общие требования к организации оказания медицинской помощи по восстановительной медицине утверждены приказом Минздравсоцразвития РФ от 09.03.2007 г. № 156 «О порядке организации медицинской помощи по восстановительной медицине».

Медицинская помощь по восстановительной медицине включает:

- восстановительное лечение больных непосредственно после интенсивного (консервативного, оперативного) лечения острых заболеваний, травм, отравлений;
- медицинскую реабилитацию больных и инвалидов с последствиями травм, операций, хронических заболеваний;

- оздоровление лиц групп риска.

- В проекте концепции «Основные направления развития здравоохранения на 2009-2020 гг.», подготовленной Минздравсоцразвития России, отмечается, что «...Повышение доступности для населения медицинской помощи по восстановительной медицине будет осуществлено за счет совершенствования организации деятельности государственных и муниципальных учреждений (их отделений) здравоохранения, оказывающих медицинскую помощь по восстановительной медицине – отделений восстановительной медицины, больниц (отделений) восстановительного лечения, центров восстановительной медицины и реабилитации, санаторно-курортных учреждений, внедрения специальных диагностических, оздоровительных и реабилитационных технологий, развития услуг по восстановительной медицине».

В медицинской практике можно выделить два основных направления восстановительной медицины:

- оздоровительные мероприятия и первичная профилактика заболеваний у практически здоровых лиц с повышенным риском развития болезней или ослабленных в результате неблагоприятного воздействия факторов среды и деятельности;

- медицинская реабилитация и профилактика осложнений заболевания у больных лиц и инвалидов.

Особое место в этой системе занимает санаторно-курортная помощь, использующая технологии восстановительной медицины. Спецификой санаторно-курортного лечения является оказание оздоровительно-реабилитационных услуг на основе преимущественного применения природных лечебных факторов.

В настоящее время государством реализуется ряд программ по обеспечению граждан Российской Федерации санаторно-курортной медицинской помощью:

- санаторно-курортное лечение граждан, имеющих право на получение государственной социальной помощи в виде набора социальных услуг;

- санаторно-курортное лечение по программе медицинской реабилитации лиц, пострадавших вследствие несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний.

В настоящее время государством реализуется ряд программ по обеспечению граждан Российской Федерации санаторно-курортной медицинской помощью:

- долечивание (восстановительное лечение) в условиях специализированных санаториев непосредственно после стационарного лечения заболеваний беременных женщин групп риска, нестабильной стенокардии, острого инфаркта миокарда, острого нарушения мозгового кровообращения, сахарного диабета, после операции на сердце и магистральных сосудах, операции по поводу язвенной болезни желудка, двенадцатиперстной кишки, удаления желчного пузыря, операции по поводу панкреатита (панкреонекроза), операций ортопедических, травматологических при дефектах и пороках развития позвоночника, пластике суставов, эндопротезировании и реэндопротезировании, реплантации конечностей;

- санаторно-курортное оздоровление детей;

- санаторно-курортное лечение граждан в федеральных государственных санаторно-курортных учреждениях системы Минздравсоцразвития РФ, ФМБА РФ, МВД РФ, ФСБ РФ, Минобороны РФ и др.

Независимо от форм собственности и ведомственной подчиненности, курортные учреждения России в решении общей задачи должны выступать как единый санаторно-курортный комплекс, требующий управления и организационно-методического обеспечения контроля по выполнению государственных гарантий различным контингентам населения, регламентированных рядом законодательных документов РФ.

Для реализации системного подхода к решению проблем охраны здоровья здорового человека в России, в 2001-2002 гг. разработаны и утверждены Министром здравоохранения соответствующие Концепция и Отраслевая программа на 2003-2010 гг. (Приказы № 113 и № 114 от 21.03.2003 г.).

Приказом № 229 от 03.06.2003 г., затем приказом министра от 7 октября 2005 г. № 627 в номенклатуру государственных и муниципальных учреждений здравоохранения включены Центры восстановительной медицины и реабилитации.

Разработано и утверждено «Положение об организации деятельности Центров восстановительной медицины и реабилитации» (приказ Министра здравоохранения от 01.07.2003 г. № 296).

Приказом Министерства здравоохранения РФ от 22.10.2003 г. № 502 услуги и работы по восстановительной медицине включены в лицензируемые виды медицинской деятельности.

Приказом Минздравсоцразвития РФ от 07.10.2005 г. № 627 «Об утверждении единой номенклатуры государственных и муниципальных учреждений здравоохранения» в номенклатуре государственных и муниципальных учреждений здравоохранения сохранены Центры восстановительной медицины и реабилитации.

Приказ Минздравсоцразвития РФ от 10.06.2009 г. № 302н «О мерах по реализации постановления Правительства РФ от 18 мая 2009 г. № 413 «О финансовом обеспечении в 2009 г. за счет ассигнований федерального бюджета мероприятий, направленных на формирование здорового образа жизни у граждан Российской Федерации, включая сокращение потребления алкоголя и табака».

В контексте этих тезисов представляется актуальным рассмотреть научно-методические задачи восстановительной медицины в развитии концепции здравоохранения до 2020 г.

Профилактика, восстановление и поддержание здоровья – выгодная область, прежде всего для отечественных инвестиций, т.к. ВВП произрастает из ресурса человеческого фактора, субъекта труда, его здоровья, образованности и культуры.

Необходимо изменить систему приоритетов развития нашей страны таким образом, чтобы здоровье и жизнь отдельного человека заняли в ней гораздо более высокое, чем сейчас место. Укрепление здоровья должно рассматриваться в качестве ключевой задачи, ответственность, за решение которой, должны разделить государство, бизнес, гражданское общество и семья.

УДК 332

Цапиева О.К.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ИНСТРУМЕНТАРИЙ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ И МОДЕЛЬ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДОВ КУРОРТНО-ЛЕЧЕБНОГО КОМПЛЕКСА КАВКАЗСКИХ МИНЕРАЛЬНЫХ ВОД

Рассмотрены социально-экономические и природно-рекреационные проблемы развития городов-курортов Кавказских Минеральных вод. Охарактеризованы инструменты повышения устойчивости городов курортов. Предложена система индикаторов оценки социально-экономического положения городов Кавказских Минеральных вод. Разработаны предложения по уточнению модели социо-эколого-экономической интерпретации устойчивого развития. Обосновано, что проблеме ранжирования показателей устойчивого развития городов-курортов можно решать с помощью многомерного статистического анализа методом главных компонент.

Tsapieva O.K. The Modern Statement, Problems, Tools of Effective Management and the Model of Sustainable Development of Health Resorts Towns Complex of the Caucasian Mineral Waters

The socio-economic and the natural-recreational problems of development of the health-resorts-towns of the Caucasian Mineral Waters are examined in the article. The methods of increase of sustainability of the health-resorts towns are characterized. The system of indicators for estimation of the socio-economic statement of the health-resort towns of the Caucasian Mineral waters is proposed. The proposals to specification of the model of the socio-economic interpretation of the sustainable development are elaborated. It is verified that it is possible to solve a problem of ranking of indicators for the sustainable development of the health-resorts-towns with the aim of the multidimensional statistical analysis by means of the main components method.

Ни одна страна в мире не может похвастаться таким же разнообразием и богатством курортных зон, как Россия. Но, к сожалению, наши соотечественники стали предпочитать заграничные курорты нашим. А ведь ни один заграничный курорт не сравнится с лечебным эффектом, который достигается благодаря целебному воздуху горного Кавказа, его минеральным водам и лечебным грязям. Кавказские Минеральные Воды (КМВ) считаются одним из лучших курортов России. Сочетание уникального климата и особых условий для отдыха и лечения дают КМВ право на высшую оценку среди курортов Евразийского материка.

Современная жизнь в больших городах ослабляет здоровье населения. Постоянные стрессы, хроническая усталость, инфекционные заболевания, плохая экология – все это влияет на самочувствие людей. Со временем организм теряет способность восстанавливаться и без качественного лечения ему уже не обойтись. Преимуществом санаториев КМВ является то, что первоклассный отдых здесь совмещается с лечением, что позволяет организму быстрее восстановиться и почувствовать прилив жизненных сил. Особой значимостью данного курорта является наличие эколого-социально-экономической системы внутри и вокруг курорта. Эта система уникальна, т.к. любые города-курорты КМВ расположены в 2-2,5 часах езды от Приэльбрусья. Таким образом, гарантирован горный и лыжный отдых в любое время года.

Кавказские Минеральные Воды представлены четырьмя наиболее популярными лечебными курортами: Кисловодск, Железноводск, Ессентуки и Пятигорск. Самым большим курортом КМВ является Кисловодск. Он расположен на юге курортной зоны и известен своим минеральным источником «Нарзан». Мягкий климат Кисловодска, сложившийся благодаря защищенности города от ветра горными хребтами, делает его привлекательным для посещения в любое время года. Город Железноводск признан самым динамично развивающимся курортом КМВ. Этот живописный уютный городок с горно-лесным мягким климатом расположен между горами Железная и Бештау на высоте 600 м над уровнем моря. Лавры самого популярного курорта КМВ по праву принадлежат г. Ессентуки, известному своими целебными источниками. Неоспоримым преимуществом этого курорта является широкий разброс цен на отдых и лечение. Многопрофильный курорт КМВ г. Пятигорск знаменит своим оз. Тамбукан, лечебные грязи которого используются не только в Пятигорске, но и в других санаториях. Пятигорск – один из старейших курортов России с богатой историей. Именно в этом городе находятся знаменитые лермонтовские места.

Санатории КМВ показаны всем без исключения благодаря своему особенному климату, целебному воздуху и уникальным лечебным программам. Преимущество санаториев состоит в том, что в них насчитывается более 30 типов минеральных вод из более чем 130 источников, используется радон и уникальные лечебные грязи. В результате в сочетании с благоприятным климатом почти в 100 % случаев наблюдаются положительные тенденции по улучшению самочувствия. В КМВ все санатории являются многопрофильными, что позволяет им принимать людей с заболеваниями органов пищеварения, дыхания, кожи, периферической нервной системы, костно-мышечной системы, андрологическими и гинекологическими заболеваниями, заболеваниями сосудов, почек, профессиональными болезнями. На курортах КМВ все санатории оснащены необходимыми профессиональными кадрами, медицинским и диагностическим оборудованием, которое с успехом применяется в лечении.

Хотелось бы представить научное понимание системы город-курорт.

Город-курорт характеризуется нами как целостная социально-экономическая, производственная и природно-рекреационная система, в основе которой лежит цель формирования оптимальных условий для оздоровления курортных туристов и создания эффективной экономики обслуживания рекреационного комплекса с учетом интересов жителей данной территории. Содержание понятия «устойчивое развитие города-курорта» представляется нам как мультифункциональный процесс оптимизации социально – экономического положения и репродуктивной способности экологической системы города в интересах настоящего и будущего поколения.

Ниже предлагается для использования оценки экономического положения городов-курортов система следующих индикаторов (табл. 1).

Таблица 1

Индикаторы социально-экономического развития города-курорта

Блоки	Индикаторы	
	Подблоки	
Блок 1. Уровень жизни	1.1. Демографические показатели 1.2. Доходы населения	
Блок 2. Экономическая база муниципального образования, муниципальные финансы	2.1. Производственный сектор 2.2. Занятость 2.3. Инвестиционная деятельность 2.4. Бюджет	
Блок 3. Курорт	3.1. Количество отдыхающих 3.2. Предоставлено койко-дней 3.3. Прирост предоставленных койко-дней 3.4. Прирост отдыхающих в санаториях 3.5. Доходы от продажи путевок 3.6. Доля налогов от санаториев в собственных доходах городского бюджета 3.7. Доля санаторно-оздоровительных услуг в общем объеме платных услуг населению	
Блок 4. Сфера услуг и городское хозяйство	4.1. Жильё и его доступность, стоимость коммунальных услуг 4.2. Информационные услуги, бытовое обслуживание и общественное питание 4.3. Здравоохранение 4.4. Образование 4.5. Охрана порядка	

Индикаторы	
Блоки	Подблоки
Блок 5. Экология	5.1. Земли рекреационного, оздоровительного, природно-заповедного и историко-культурного назначения 5.2. Площадь садово-парковых территорий на 1000 пользователей (га) 5.3. Количество спортивно-оздоровительных учреждений (бассейнов, лыжных баз и т.д.) на 10000 пользователей 5.4. Доля земли рекреационного, оздоровительного, природно-заповедного и историко-культурного назначения по отношению ко всей земле города 5.5. Выбросы вредных веществ в атмосферу за год (тыс. тонн) 5.6. Прирост выбросов вредных веществ за год (тыс. тонн)

По мере накопления достаточного массива статистических данных система индикаторов и показателей позволит проводить дальнейшие аналитические исследования, включая прогнозные, а в будущем перейти к формированию сложных комплексных индексов развития КМВ.

Экономика городов-курортов КМВ не имеет многоотраслевого характера. Подтверждением тому является информация о структуре занятости по отраслям экономики КМВ (рис. 1).

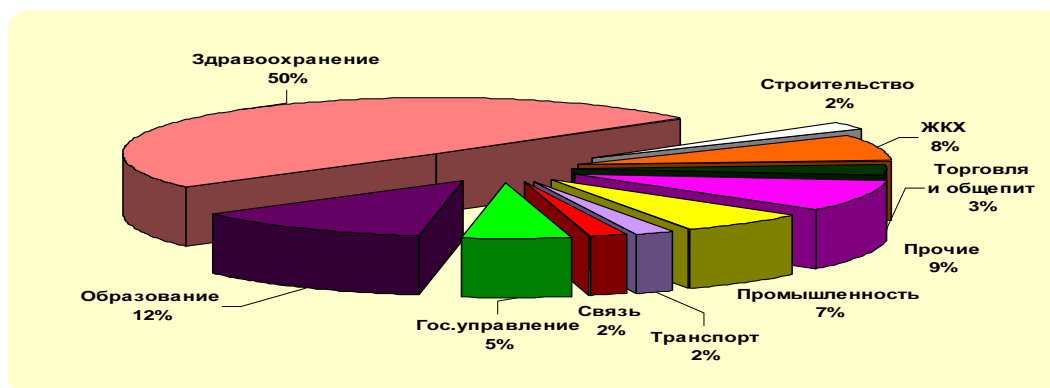


Рис. 1. Среднегодовая численность занятых по отраслям экономики городов-курортов КМВ (по крупным и средним организациям), в %

Больше половины занятого населения КМВ работает в здравоохранении, на втором месте образование и промышленность. В малом предпринимательстве 42 % занятых трудится в торговле и общественном питании, что и понятно, поскольку они обслуживают туристов. В настоящее время благодаря городам-курортам КМВ Ставропольский Край занял 5 место в России по развитию малого бизнеса.

Структура видов производства в промышленности городов-курортов представлена на рисунке 2.

Для достижения устойчивого развития городов-курортов необходимо обеспечить сбалансированное развитие видов производства, здравоохранения и сферы услуг.

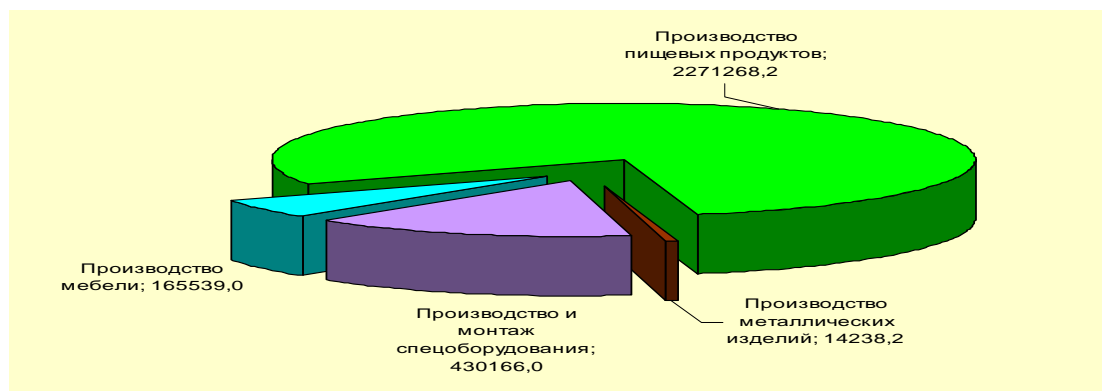


Рис. 2. Структура видов производства в промышленности городов-курортов КМВ, тыс. руб.

Во всех городах-курортах КМВ, кроме Пятигорска, происходит старение населения. Доля жителей старше трудоспособного возраста занимает достаточно большой удельный вес (18 %) по сравнению с другими городами Российской Федерации. Но для КМВ такое соотношение возрастных групп может не являться критически плохим из-за особого состава профессионального населения. Большинство из специалистов старшего поколения составляют врачи и медицинские работники, у которых профессионализм накапливается го-

дами. Таким образом, может быть поставлен вопрос о передаче уникального лечебного опыта от старшего поколения к младшему. Для этого в КМВ необходимо создать научные институты лечебно-курортного туризма.

Долгое время со середины 90-х годов 20 в. до 2003 г. санатории КМВ были не загружены отдыхающими. Уникальные бальнеологические санатории в зимние месяцы вообще не работали. Однако за последние годы «народ стал умнее», и количество отдыхающих увеличилось более чем в 2,5 раза. Приведем динамику заезда отдыхающих в город-курорт Кисловодск (рис. 3).

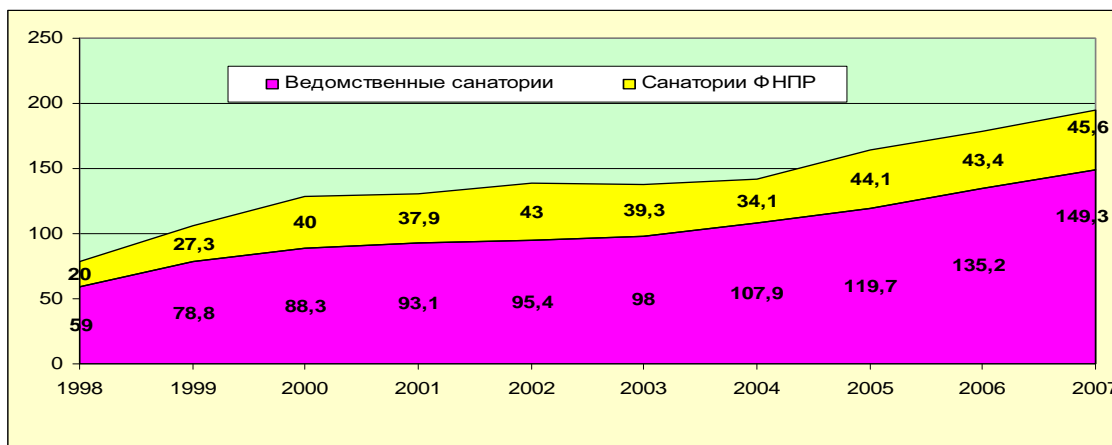


Рис. 3. Динамика заезда отдыхающих в город-курорт Кисловодск, тыс. чел.

По-прежнему существенной остается проблема финансового наполнения бюджета городов КМВ. В настоящее время сумма налогов от санаторно-курортных учреждений городов-курортов КМВ составляет не более 19 % от суммы собственных доходов городских бюджетов. Основную часть налогов (70 %) составляет подоходный налог на физических лиц.

В городах-курортах наблюдается постепенное уменьшение земель рекреационного, оздоровительного, природнозаповедного и историко-культурного назначения, что может привести к ухудшению состояния курортного климата. Например, земли рекреационного, оздоровительного, природнозаповедного и историко-культурного назначения города Кисловодска за последние 12 лет уменьшились почти в два раза (с 645 тыс. га до 360 тыс. га), площадь садово-парковых территорий на 1000 жителей уменьшилась в три раза (с 9,3 до 3,1 га).

Лучше положение обстоит с экологическими показателями. Число предприятий, имеющих выбросы в атмосферу, в 2009 г. сократилось по сравнению с 1996 г. более, чем в 3 раза. Впрочем, это видимо, не заслуга администраций городов, а последствия экономической рецессии.

В процессе проведенного анализа выявлены основные экологические проблемы городов-курортов КМВ: захламленность территории отходами производства и потребления; несвоевременный вывоз отходов; отсутствие схемы санитарной очистки городов; неудовлетворительное состояние водных объектов, участвующих в формировании гидроминеральной базы (малые реки и ручьи); низкая экологическая культура населения и туристов; сложность сохранения городских лесов и городских зеленых зон из-за постоянных попыток их продать или приватизировать; постепенное уменьшение доли земель рекреационного, оздоровительного, природнозаповедного и историко-культурного назначения.

Для оценки устойчивости развития городов-курортов представляется возможным использовать модели социо-эколого-экономической интерпретации устойчивого развития. Странники этого подхода говорят о необходимости строгих ограничений на качество окружающей среды и одновременно указывают на необходимость их согласования с экономическими и социальными потребностями.

Последователи этой теории считают, что для большей части нерыночных активов, составляющих природный капитал, характерна мультифункциональность. Один и тот же ресурс этой категории может иметь экономические, социальные, рекреационные, биологические функции, и играть важную роль в самовоспроизводстве.

Автор предлагает использовать в модели социо-эколого-экономической интерпретации устойчивого развития три категории экологических ограничений:

- использование возобновимых природных ресурсов не должно превышать скорость их восстановления;
- темп добычи истощимых природных ресурсов должен позволять их замену возобновимыми ресурсами;
- поступление отходов не должно превышать ассимиляционную способность среды.

Для полноценного анализа развития городов-курортов необходимо построение интегральных индексов, решающих задачи влияния социально-экономической и эколого-рекреационной подсистем общей системы город-курорт на устойчивое развитие города.

Предлагаем решать проблему обработки показателей, в том числе ранжирование показателей, с помощью многомерного статистического анализа методом главных компонент (Пирсона).

В основе моделей факторного анализа лежит гипотеза – наблюдаемые переменные являются косвенными проявлениями небольшого числа скрытых (латентных) факторов. Метод главных компонент состоит в последовательном поиске факторов влияния. Вычисления выполнены нами в программе SPSS 16.0.

Результаты вычислений представлены в блоке показателей, характеризующих основные аспекты развития курортного комплекса Кисловодска (табл. 2)

С математической точки зрения все 9 показателей таблицы 2 представлены точками 9 – мерного пространства. Метод главных компонент позволяет преобразовать данные 9-и мерного пространства в другое, значительно меньшей мерности пространство, без значительной потери исходной информации.

На основе расчетов выбраны две новые латентные переменные (Z1и Z2), которые объясняют 84 % всех изменений, то есть все то, что объяснялось 9 исходными переменными. Первая переменная (Z1), вторая (Z2) объясняют изменения (или вбирают всю информацию табл. 5).

Первая переменная имеет вид:

$$Z1 = 0,927V1 + 0,606V2 + 0,904V3 + 0,531V4 + 0,82V5 + 0,612V6 + 0,691V7 + 0,739V8 + 0,831V9;$$

Вторая:

$$Z2 = 0,275V1 + 0,774V2 + 0,36V3 + 0,808V4 + 0,493V5 + 0,657V6 + 0,259V7 + 0,132V8 + 0,468V9;$$

Подставляя известные значения показателей V1-V9, получим значения неизвестных показателей переменных Z1 и Z2.

Интегральный показатель блока таблицы 5 имеет вид, представленный долями Z1 и Z2, соответственно равными 56,897 % и 27,066 %. Таким образом, интегральный показатель блока вычисляется по формуле:

$$I = 0,569*Z1+0,2707*Z2$$

Таблица 2

Показатели, характеризующие основные аспекты развития курортного комплекса города-курорта Кисловодска в динамике

Год	Предоставленные койко-дни, тыс. V1	Прирост предоставленных койко-дней, тыс. V2	Количество отдыхающих, тыс. чел. V3	Прирост отдыхающих в санаториях тыс. чел. V4	Полученный санаториями доход от продажи путевок, тыс.р. V5	Прирост дохода от продажи путевок санаториями, % V6	Доля санаторно-оздоровительных услуг в объеме платных услуг населению, % V7	Загрузка гостиниц, тыс. чел. V8	Стоимость 1-го койко-дня, руб. V9
1997	1394,0	20,02	68,0	18,07	276,0	2,83	30,80	14,50	80,0
1998	1608,2	15,37	80,0	17,65	395,6	43,33	38,80	15,60	146
1999	2067,1	25,54	106,0	32,50	516,8	30,64	49,80	15,90	205
2000	2384,7	15,36	128,0	20,75	679,9	31,56	56,60	16,00	285
2001	2409,4	1,04	131,0	2,34	827,0	21,64	57,90	21,00	343
2002	2502,0	3,84	138,4	5,65	1018	23,07	55,20	17,30	407
2003	2299,7	-8,09	137,4	-0,72	1095	7,56	50,40	16,30	476
2004	2316,0	0,71	142,0	3,35	1384	26,43	46,90	15,50	597
2005	2797,0	20,77	164,1	15,56	1825	31,86	46,90	20,10	652
2006	2814,0	0,61	182,2	11,03	2307	26,42	35,61	16,00	820
2007	2997,9	6,54	195,0	7,03	3119	35,20	48,20	16,50	1040
2008	3063,4	2,18	196,1	0,56	3803	21,92	54,59	22,40	1241

График, тренд и коридор интегрального показателя указанного блока данных представлен на рисунке 4.

Интегральный показатель устойчивого развития курортного комплекса Кисловодска показывает положительную динамику тренда, и в целом находится в пределах допустимо возможного коридора устойчивого развития.

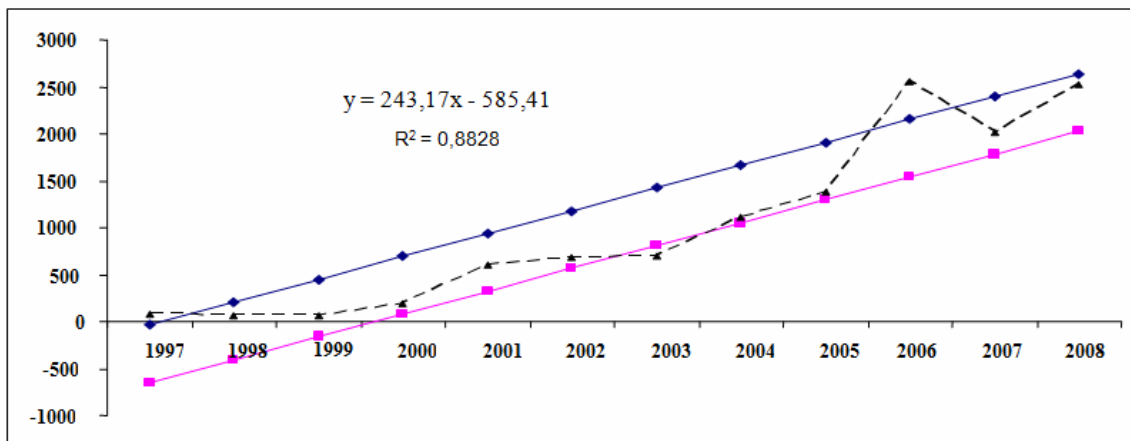


Рис. 4. График, тренд и коридор интегрального показателя курортного комплекса г. Кисловодска

Основной принцип концепции устойчивого развития состоит в признании необходимости соотносить темпы роста экономики и социальной сферы с природными возможностями. Между тем, ориентированные на получение прибыли производители, как правило, выбирают такое сочетание ресурсов, которое требует наименьших затрат. Поэтому воздействие на экономику городов-курортов с учетом рекреационных проблем должно быть организовано с помощью методов государственного регулирования.

Основными направлениями и инструментами обеспечения устойчивого развития городов-курортов Кавказских Минеральных вод являются следующие (табл. 3):

Таблица 3

Основные направления и инструменты обеспечения устойчивого развития городов-курортов КМВ

1.	Развитие курортно-туристского комплекса с использованием как бюджетных, так и привлеченных средств, в том числе кредитных ресурсов за счет расширения сферы курортно-туристских услуг и привлечение российских и иностранных инвестиций в развитие городов.
2.	Увеличение количества и качества средств размещения (строительство новых и реконструкция имеющихся санаторно-курортных и туристско-гостиничных комплексов).
3.	Устранение сезонности загрузки курортно-туристского комплекса городов-курортов путем активизации посещаемости курорта в зимний период за счет развития спортивного, культурно-познавательного и делового туризма.
4.	Строительство объектов инфраструктуры развлечений связанных с активным отдыхом и спортом.
5.	Формирование рациональной и экологически безопасной транспортной системы городов.
6.	Строительство новых и реконструкция существующих инженерных коммуникаций с увеличением их номинальной пропускной мощности.
7.	Создание эффективной системы защиты от опасных физико-геологических процессов (сейсмозащита, противооползневые меры, берегоукрепление, регулирование русел рек и др.).
8.	Рациональное использование природных лечебных ресурсов и защита природной среды.
9.	Упорядочение градостроительной деятельности в соответствии с требованиями развивающегося санаторно-курортного и туристско-рекреационного комплексов.
10.	Создание условий для органичной интеграции предприятий среднего и малого бизнеса в структуру туристического комплекса городов-курортов.
11.	Разработка и внедрение единой рекламной стратегии продвижения туристического продукта городов-курортов.
12.	Создание адаптированной нормативной базы и формирование благоприятного инвестиционного климата.

Литература

- Ветров Г. Ю. Индикаторы социально-экономического развития муниципальных образований. – М., 2001.
 Газизуллин Н.Ф., Скобельцына Е.Г., Губайдуллина Т.А. Экономика и экология: равновесное развитие. – Казань, 1999.
 Татаркин А.И., Куклин А.А., Яковлев В.И., Коробицин Б.А. Моделирование эколого-экономической системы региона: устойчивое развитие. – Екатеринбург: Изд-во Института экономики Уральского отделения РАН, 1998.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИИ

УДК 338.45:796.5(043)

Alhojärvi Pekka
Alhojärvi Tuomo
Demidova Natalia

INTEGRATED APPROACH FOR CERTIFYING FORESTS, NON-WOOD FOREST PRODUCTS AND FOREST BASED TOURISM, SOME EXAMPLES FROM FINLAND AND THE RUSSIAN FEDERATION

The article deals with the current issues, the forest certification, the non-timber forest product, and sustainable ecological tourism. The authors advocates the strengthening of the process through the complex approach, taking into account the principles of the sustainable development of natural parks and use of the techniques of the ecological footprint as an assessment of the impact of human activities, including tourism. The examples from the Finnish and Russian experience are given.

Алхоярви П., Алхоярви Т., Демидова Н. Комплексный подход к сертификации лесов, недревесных лесных продуктов и экотуризма, некоторые примеры из финской и российской практик

В статье рассматриваются актуальные вопросы сертификации лесов, недревесных лесных продуктов и устойчивого экологического туризма. Авторы выступают за активизацию данного процесса на основе применения комплексного подхода, с учетом принципов устойчивого развития природных парков и использования методики «экологического следа» как оценки влияния антропогенной деятельности, в т.ч. туризма. Приводятся примеры из финского и российского опыта.

Certification of forests

The main methods for forest certification both in Finland and in Russia are the Pan-European Forest Certification (PEFC) and the Forest Stewardship Council (FSC). The Finnish Forest Certification Scheme is designed to follow the principles and methods of conformity of PEFC, and the recently approved Russian National Forest Certification System is complying with it. FSC has been used in the Russian Federation for roughly 10 years and the number of FSC certified forests has increased there remarkably in recent years due to well-designed and detailed standard. In Finland FSC has been applied only to limited extent so far, but the current updating process of the existing FSC standard is expected to be finalized in 2010 aiming at designing a more comprehensive and acceptable FSC standard in Finland.

Chain-of-Custody (CoC) is the system that provides verification that all the parts of various production chains from the forests to the end-use markets are being certified. This production chain may comprise, for instance, forest management and transportation, sawmilling, importer of sawn wood and other raw materials, furniture manufacturer, wholesaler and the retailer follow the same principles of sustainability. The main criteria for industrial production concepts are described in relevant ISO standards. If the full production chain follows the principles in practice assessed through verification, appropriate logo (PEFC or FSC) can be used in the wholesale- or retail marketing.

There are certification organizations, typically private companies that are eligible to certify and validate the production chains in PEFC and/or FSC systems and accredited organs that also acknowledge the certifiers monitor these processes.

Certification of NWFP

In Non-wood Forest Products certification methods vary to large extent, depending on the products discussed. In Russia the proof of sanitary control has been the most usually used certificate so far. The main issues to be dealt with these certificates have comprised pesticides, lead content, and the probable radioactive contamination. All these factors have had to be analyzed before getting certificate for exports of berries or mushrooms, for instance. The western wholesalers and retail networks of organic food have also inquired these types of certificates, for instance.

If NWFP are food products, they should follow the food standards of Codex Alimentarius monitored a commission within an international system created by Food and Agriculture Organisation of the United Nations (FAO) and the World Health Organisation (WHO). It is the global reference point for consumers, food producers, and processors, national food control agencies and international food trade. The Codex general standards for food additives, contaminants, and toxins in foods contain both general and commodity-specific requirements. As standards relate to product characteristics, they can be applied wherever the products are traded. Production, processing, manufacturing, transport, and storage practices for individual foods are defined by the codex codes of practice, which include codes of hygienic practice. They are considered important to ensure the safety and suitability of food for consumption.

The Hazard Analysis Critical Control Point System (HACCP) principles and guidelines for their application

are integrated in the Codex Alimentarius. The HACCP is used to identify specific hazards and its preventive measures to ensure the safety of food. As well as improving food safety, it can promote better use of resources and a more timely response to problems and assist inspection by regulatory authorities. It is the most effective for food business to ensure consumer protection. The HACCP System is a safety system and not a quality system. The HACCP System is the most important system used to enforce the legislation on the hygiene of foodstuffs and is becoming an international method.

Sometimes, but still very seldom, NWFP certification is combined or integrated into forest certification. However, this need is increasing and tendencies for verification of full production chains of NWFP will become increasingly common. In principle, both systems, PEFC and FSC, can provide a solid basis for CoC of NWFP. This process has been so far mostly used by some NGOs, for instance, in Far-East Russia in marketing honey products from FSC certified forests to Asian markets.

The recent efforts in developing markets for health products such as seabuckthorn products, have remarkably broadened the approaches and systems to be used also within NWFP. Various potential systems to be applied comprise, for instance, the Global Food Safety Initiative standard, selected ISO standards, such as ISO 22000, organic standards for different markets etc. All these activities strengthen the need for more integrated approaches of NWFP and forest certification.

Certification of tourism

The Russian national standard for tourism dates back to 2000 and it deals with tourist operators, hotels and other forms of accommodation. The concept is rather limited and lacks, for instance, the linkages with natural resources to be used in the context of tourism. Green DQN and Green DMN are international quality assurance certificates that Finnish entrepreneurs aim at for verifying their operations in the tourism sector.

The main international systems Finnish tourism service providers regarding nature-based tourism in national parks are 1) the PAN Parks approach (www.panparks.org) which applies very strict criteria and has provided certificates so far for two Finnish national parks (Oulanka and Saariselkä) and 2) the European Charter for Sustainable Tourism (www.europarc.org/what-we-do/european-charter) (certified for Syöte and Koli national parks in Finland). PAN Parks system is converted partly from the FSC forest certificate criteria, with the help of WWF expertise, and the second system has clear linkages with forest certification. In addition, there are two cross-border national park systems that are verified by their management systems, namely Oulanka (Finland)-Paanajarvi (Karelia Republic) and Pasvik-Inari concept involving Finland, Norway and Murmansk region. These concepts should build a more solid basis for improving the services provided in and marketing of tourism.

In addition, the World Heritage areas may have their own status which then can be used in verifying the sustainability of tourist operations applied in these areas.

Currently there are numerous development processes in developing criteria for sustainable and eco-tourism. One example, which is recommended to be followed, is Eco-Destinet-process which provides relevant information and training through its web-site (<http://www.ecoroute.eu/destinet/en/project.php?id=1>) regarding development of a European Quality label for ecotourism. This process has concentrated purely on protected areas and their relationship with tourism.

Needs for integrated approaches

The main concerns between forests and nature-based tourism deal with forests with recreational and commercial uses, without conservation status. Evidently, this is an area where rapid development is needed and even required if the quality of nature-based tourism is to be improved and quality management systems developed. In Finland, this development could take place, for instance, in integrating forest certification into organic production of food products and NWFP and tourist services provided by the private farms and their networks. In Russia, some interesting pilots have been studied and even practiced to some extent in Model Forests such as in the one in Komi Republic managed by Taiga Foundation dealing with commercial forestry, NWFP and increasingly nature-based tourism in FSC certified forests. This type of approach could be examined, tested, and practiced increasingly in present and future pilot or model forests all over the country. The fastest experiments could be designed and results achieved in model forests in Khabarovsk Krai, Murmansk and Pskov oblasts. This could be an interesting topic to be jointly developed in the borderline forest and nature areas of Finland and the Republic of Karelia as well.

Tourist ecological footprint

As described above there is an increasing need to certify and verify all the forest related production and service chains. Logically it is important to further develop and apply other methodologies regarding sustainable development simultaneously. Ecological footprint is a method to assess how large effects man-made activities create in various activities.

As tourism has become more global, so have its environmental effects. The notion of 'ecotourism' often concentrates on minimising local environmental impacts caused by tourism and building locally sustainable tourist systems. However, a more global perspective is needed to establish a picture of the real ecological sustainability of a certain tourist attraction.

One promising tool enabling stronger environmental assessment of (eco) tourism is the ecological footprint (EF). Developed to assess biological productivity and the burden posed by human consumption to nature, the EF is now being extended to new sector-specific uses, including tourism. The EF combines different environmental bur-

dens into a commensurable spatial indicator (global hectares), which shows how much land is required to sustain a certain human practice for a certain time.

Although not being a sharp indicator to analyse local environmental impacts, the EF gives an estimate of the global environmental impacts of a certain eco-tourist destination. In theory, leisure activities, accommodation, and transport can all be analysed with the EF, giving an estimate of the total impacts of the tourism activity at issue. Combined with local ecological indicators, the tourist EF could provide a broader perspective for analysing the environmental impacts of tourism – leaning on a more globally oriented definition of ecological sustainability. However, an EF assessment must be based on extensive statistical information about the tourists and their holidays, and the tourist EF is still in phase of development and academic discussion.

If we discuss the concepts and contents between nature-based and eco-tourism, it is evident that we should use the terminology very carefully as very seldom eco-tourism can meet the principles of ecological sustainability minimizing the EF, for instance, yet it could be a successful example of nature-based tourism.

УДК 338.48-6:502/504(285.3)(470.22)

Антипин В.К.

БОЛОТА КАРЕЛИИ КАК ОБЪЕКТЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

В работе приведены сведения, показывающие разнообразие болот Карелии. Многие из них имеют высокий туристский потенциал, но из-за отсутствия рекомендаций по их использованию, не являются востребованными объектами экологического туризма. Выдвинуто предложение о целесообразности проведения исследований, направленных на выявление и охрану болот как объектов экотуризма.

Antipin V.K. Bogs of Karelia as the Sites of the Ecological Tourism

There is an information concerning a variety of bogs in Karelia in the article. Many of them have the high tourist potential but because of an absence of recommendations to their usage, they have not been the sites demanded by the ecological tourism. There is a proposal about the practicability of organization of researches directed to revelation and protection of bogs as the sites of the ecological tourism.

Болото – это особый тип природных экосистем, сложенных многолетними растениями, способными произрастать в условиях обильного увлажнения проточными или застойными водами и слабой аэрации субстрата. Особым свойством болотных экосистем, во многом определяющим условия жизни растений на болотах, являются торфообразование и накопление торфа. С болотами связаны наши обычные представления об особом мире растений болот – сфагновых мхах, осоках, морошке, клюкве. Внешне болота могут быть очень различными – от облесенных болотных массивов до открытых пространств, где господствуют сфагновые мхи.

В Карелии болота и заболоченные земли являются одним из неотъемлемых компонентов ландшафтов. Они занимают более 30 % территории – 5,4 млн га, из них открытые и слабо облесенные болота составляют 3,6 млн га, а на лесные болота и заболоченные леса приходится 1,8 млн га. Большинство болот начали формироваться 8-9 тыс. лет назад, после деградации Валдайского ледникового покрова. Образование болот происходило в котловинах путем заболачивания суходолов и водоемов.

Болота играют важную роль в поддержании экологического равновесия, при этом в Карелии они ежегодно аккумулируют в торф и выводят из атмосферы на длительный период до 200 тыс. т углерода¹. В естественном состоянии болота являются местами сбора ягодных и лекарственных растений. Осушенные болота используются в сельском и лесном хозяйстве и для заготовки торфа.

Болота характеризуются высоким разнообразием на различных уровнях их организации – от флоры до типов болотных массивов. На болотах произрастают около 500 видов сосудистых растений, мхов и лишайников². Из них более 20 видов внесены в Красную книгу Республики Карелия³.

В растительном покрове карельских болот выделено 57 типов растительных сообществ (ассоциаций), которые относятся к четырем классам растительности⁴. В Карелии, в зависимости от структуры растительного покрова и режима водно-минерального питания, встречаются болота 13 типов из 28, представленных в европейской части России⁵. Среди них наиболее широко распространены олиготрофные сфагновые грядово-мочажин-

¹ Кузнецов О.Л., Антипин В.К., Грабовик С.И., Дьячкова Т.Ю., Токарев П.Н. Растительные ресурсы болот Карелии // *Фундаментальные основы управления биологическими ресурсами*. М: Товарищество научных изданий КМК, 2005. С.195-201.

² Кузнецов О.Л. Флора и растительность болот Карелии // *Болотные экосистемы Севера Европы: разнообразие, динамика, углеродный баланс, ресурсы и охрана*. Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2006. С. 145-159.

³ Красная книга Республики Карелия. Петрозаводск: Карелия, 2007. 360 с.

⁴ Кузнецов О.Л. Структура и динамика растительного покрова болотных экосистем Карелии. Автореф. дисс... д-ра биол. наук. Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2006. 53 с.

⁵ Юрковская Т.К. География и картография растительности болот европейской России и сопредельных территорий. СПб.: БИН РАН, 1992. 255 с.

ные болота, относящиеся к 4 типам (20,2 % от общей площади болот республики), мезотрофные травяно-сфагновые (28,8 %) и аапа болота двух типов (26 %). Большинство их входит в состав сложных болотных систем.

На болотах Карелии произрастают лекарственные и ягодные растения (более 50 видов), однако широко используются только ягоды. Ресурсы ягод клюквы составляют в зависимости от погодных условий от 4 тыс. т до 20 тыс. т⁶, морошки от 4,4 до 66 тыс. т, листьев вахты болотной до 5-6 тыс. т, багульника болотного до 7 тыс. т⁷. Ягоды клюквы и морошки заготавливаются в больших объемах, значительная часть которых вывозится из республики, в том числе на экспорт. Из-за отсутствия спроса организованная заготовка лекарственных растений не ведется.

Многие болота республики являются памятниками историко-культурного наследия, сохранившими примеры устойчивого природопользования местным населением. Они входят в состав культурно-исторических ландшафтов, на некоторых болотах сохранились старинные зарастающие торфяные карьеры, погребенные в торфяной залежи настилы старинных дорог. В древних названиях (топонимах) болот содержится ценная информация об истории заселения региона, свойствах болот и их растительности, а в торфяных залежах – летопись послеледниковой динамики экосистем и климата региона.

Охрана разнообразия ресурсов болот – это одна из актуальных природоохранных задач в Карелии. Ее целью является сохранение эталонов всех типов болотных массивов, что в свою очередь обеспечит охрану разнообразия флоры, растительности, болотных участков и типов торфяных залежей, а также выявление и сохранение болот – ягодников клюквы и морошки. В настоящее время в составе особо охраняемых природных территорий (ООПТ) Карелии охраняется 126,5 тыс. га болот – 3,5 % от общей их площади (табл. 1).

Таблица 1

Охраняемый болотный фонд Карелии (по стоянию на 1.01.2010 г.)

Категории особо охраняемых природных территорий	Количество объектов	Площадь болот, га	Доля от общей площади охраняемых болот, %
Государственные заповедники	2	7529	4,8
Национальные парки	3	51929	32,8
Федеральные зоологические заказники	2	3183	2,0
Региональные ландшафтные заказники	13	59010	37,3
Региональные болотные заказники	3	6739	4,3
Региональные болотные памятники	59	29684	18,8
Всего		158074	100

Существующие федеральные и региональные ООПТ созданы в природоохранных целях. Охраняемые в их составе болота можно отнести к объектам экологического туризма, но массовое посещение болот, не оборудованных настилами, приводит к разрушению болотной растительности, что является нарушением природоохранного режима. Использование туристского потенциала болот с соблюдением норм их охраны в настоящее время возможно в национальных парках, которые образованы не только в целях сохранения природных и историко-культурных комплексов Карелии, но и для создания условий развития туризма. Среди трех парков республики наибольшим разнообразием болот отличается национальный парк «Водлозерский». Южная часть парка находится в Пудожском районе Республики Карелия, а северная – в Онежском районе Архангельской области. Это один из крупнейших в европейской части России и Европы лесо-болотный парк, площадь которого составляет почти 0,5 млн га. Здесь широко представлены болотные экосистемы различного происхождения, растительному покрову и режиму водно-минерального питания типов, которые в сочетании с коренными лесными и водными экосистемами образуют типично таежные природные комплексы. На многих болотах парка имеются озерки и минеральные острова, участки с ягодными и лекарственными растениями, что существенно повышает их рекреационный потенциал. Посетители могут наблюдать здесь болота, путешествуя по экологическим тропам. Но и в парке возможность оборудования болот – объектов туризма настилами ограничена, так как они нарушают естественный вид природного ландшафта.

Из-за отсутствия предложений туристических туров по болотам и пропаганды болотной тематики карельские болота не являются востребованными объектами экологического туризма. Даже в национальных парках посетители предпочитают водные виды туризма, любительскую рыбалку. В то же время болота могут быть важными и интересными объектами экологического туризма. В целом ряде европейских стран одним из самых популярных видов туризма становится путешествие по охраняемым болотам, оборудованным настилами и смотровыми вышками. Особенно большой опыт использования болот в туристической деятельности имеет Финляндия⁸. Здесь создана уникальная сеть охраняемых болот, в том числе болотных национальных парков, оборудованных деревянными настилами и смотровыми вышками для наблюдений, с информационными щитами, расположенными у начала туристического маршрута. Разработано более 30 тематических туров по болотам

⁶ Токарев Н.П. Изучение ресурсов клюквы // Методы исследований болотных экосистем таежной зоны. М.: Наука, 1991. С. 72-84.

⁷ Юдина В.Ф., Елина Г.А. Запасы некоторых дикорастущих лекарственных растений в южной Карелии // Ресурсы дикорастущих лекарственных растений СССР. Вып. 1. М.: Наука. С. 74-81.

⁸ Finland – Fendland / Editors Korhonen R., Korpela L., Sarkkola S. / Finnish Peatland Society, Maahenki Ltd, 2008. 288 p.

Лапландии (северная Финляндия). Предложены специальные туры для детей, студентов, инвалидов. Посетители могут не только изучать флору, растительность и экологию болот, вести наблюдения за птицами, но и просто любоваться болотными пейзажами с высокими минеральных островков на болотах. Сеть охраняемых болот и ее инфраструктура для экотуризма организуется и управляется Лесопарковой службой Финляндии.

Что нужно сделать, чтобы болота Карелии стали привлекательными объектами экологического туризма? Во-первых, учитывая международный опыт, необходимо разработать критерии выделения и природно-рекреационный статус охраны болот – объектов туризма. Во-вторых, на основе наземных исследований болот Карелии и современных ГИС-технологий разработать перспективную картосхему размещения и банк данных болот – объектов экологического туризма с учетом анализа существующей и планируемой для расширения сети ООПТ республики. Важно, чтобы болота находились вблизи дорог и туристических центров. В-третьих, с целью пропаганды экологического туризма на болотах и изучения спроса на этот вид досуга следует выбрать модельное болото вблизи крупного туристического центра, разработать экологический маршрут и путеводитель по болоту, и оборудовать болото настилами и смотровой вышкой.

УДК 911.9

Колбовский Е.Ю.

Морозова В.В.

ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ В ЗЕРКАЛЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ: УПУЩЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Статья рассматривает основные положения рекреационной географии относительно так называемого туристического продукта и проблематики развития внутреннего туризма и рекреации в России. Охарактеризована эволюция рекреационных занятий, выявлены лакуны современного правового поля формирования рекреационной инфраструктуры. Подвергнуты анализу процедуры современного землеустройства и территориального планирования также лесоустройства применительно к задачам фиксации рекреационных зон.

Kolbovsky E.Y., Morozova V.V. The Tourism and Recreation as an Image of the Territorial Planning: the Lost Opportunities

The paper deals with the main recreational geography thesis concerning a so-called tourist product and problematic of the internal tourism and development of recreation in Russia. Evolution of the recreational employment is characterized, lacunas of a modern legal field of formation of a recreational infrastructure are revealed. Article considers also analysis of procedure of the modern land use management and town planning with the reference to the fixing of recreational zones.

1. Лакуны в теории.

Туризм и рекреация давно стали традиционным предметом географических исследований, однако географы, активно включившись в исследование популярной тематики, не вполне критично отнеслись к разрабатываемым подходам и представлениям, и это обстоятельство сегодня уже весьма ощутимо сказывается на характере научных исследований, а главное – на возможности действительного применения их результатов в практике управления и организации туристско-рекреационной сферы.

Развернувшаяся в последние годы процедура территориального планирования субъектов РФ выявила целый ряд теоретических «лакун», среди которых важнейшими, на взгляд авторов, являются:

- поверхностное представление о составе турпродукта и, как следствие, искаженное понимание взаимосвязи туризма и рекреации;
- необоснованно свободное толкование туристско-рекреационных ресурсов как комплекса в той или иной степени благоприятных свойств окружающей среды;
- отсутствие теоретического анализа деформаций правового поля, в рамках которого формируется и функционирует инфраструктура рекреации и туризма;
- ощутимый дефицит прикладных обобщений по результатам планирования рекреационных зон в градостроительной документации;
- слабое понимание оптимума локализации «точки равновесия» между усилиями государства, коммерческого сектора и гражданского общества в сфере рекреации и туризма.

2. Опрокинутая пирамида: рекреация и турпродукт.

Пожалуй, самым слабым местом современной теории туризма является понятие о «туристическом продукте». Опыт авторов в сфере территориального планирования позволяет утверждать, что данный термин вообще не слишком корректен, поскольку правильнее было бы говорить о рекреационном продукте, точнее – о развитой сфере рекреационных услуг, привязанных к рекреационным зонам и обслуживаемых, разумеется, гостиничным сервисом, сетью предприятий общепита, экскурсионными программами и транспортом.

Как показывает внимательный и непредвзятый анализ, весь успешный туристический зарубежный бизнес построен исключительно в рамках рекреационной сферы, поэтому устоявшееся словосочетание «ту-

ризм и рекреация» должно быть поставлено с головы на ноги – «рекреация и туризм», ибо рекреация всегда принципиально первична, а туризм – вторичен и произведен от нее.

Именно рекреационная составляющая турпродукта оказалась слабым звеном российской туристической отрасли, и важно получить ответы на целый ряд вопросов:

Каковы роль и место рекреации в жизни современного социума?

Как изменилась рекреация за последние десятилетия, как возникают и развиваются новые виды рекреационной деятельности?

Комплекс каких условий необходим для развития рекреации, и какое место в этом комплексе занимают такие традиционные географические объекты как территория и ландшафт?

Почему российские планировщики и архитекторы в ходе развернувшейся кампании территориального планирования в России практически повсеместно «провалили» рекреационно-туристский блок?

Способствует ли правовое поле, задаваемое современным законодательством РФ, развитию рекреации и туризма?

Что позитивного можно сделать в рамках традиционных (рекреационная география) или новых (ландшафтное планирование) географических парадигм для изменения ситуации в регионах?

3. Правильно ли мы понимаем рекреацию?

Анализируя феномен рекреации, исследователи предлагают концентрироваться не столько на научных дефинициях, сколько на необходимости широкого мировоззренческого восприятия сущности самого явления. Рекреация – это нечто такое, чем человек может заняться во время своего личного досуга, в свою очередь досуг воспринимается как средство самовыражения, способ наполнения действительности смыслом и целью, способ воплощения себя в мире и мира в себе. Без подобного расширенного толкования невозможно перспективное планирование и управление рекреацией.

Содержание и стиль «праздного» времяпровождения формируют характер постиндустриального общества (как общества потребления, но не только) и сказываются на моделях завязывающихся социальных связей; отсюда новая роль рекреации в широком смысле как социализирующей деятельности. Неслучайно специальный Комитет по рекреации Великобритании в одном из своих докладов отмечает: «отдых почти столь же важен для благосостояния общества как качественное градостроительство, медицина и образование».

Подобное понимание рекреации очень важно для формирующегося в России гражданского общества, в сфере внимания которого должны оказаться спектр рекреационных возможностей, разительно сокращающийся доступ к привлекательным сельским ландшафтам и застройка всех открытых пространства в наших городах.

4. Эволюция рекреационных потребностей и формирование новых рекреационных занятий.

К сожалению, рекреационные потребности и предпочтения российских граждан изучены очень слабо, причем во всех аспектах: историческом, экономическом, психологическом, но хуже всего – в пространственном, средовом. Мы не имеем серьезных обобщающих работ по географии рекреационного поведения, мало исследований, посвященных анализу рекреационных занятий наиболее активной части населения: детей, подростков, молодежи. Мы плохо представляем себе, как может выглядеть «пространственная проекция» рекреационных устремлений социума на городскую и сельскую среду.

Известно, что в основе рекреации лежат элементарные рекреационные занятия – простейшие действия, совершаемые человеком или группой людей в свободное время. Традиционные виды рекреационных занятий (например, прогулки по лесу, отдых у воды) имеют длительную историю, тесно переплетающуюся с историей культурного ландшафта страны. Но в постиндустриальном обществе рекреация быстро менялась вместе с изменением техники и товарным обогащением человеческого быта. Многие элементарные рекреационные занятия оказались «завязанными» на различные технические средства, усовершенствование которых увеличивало потенциальные возможности базового рекреационного занятия, что приводило к распространению его на разные типы сред. В свою очередь использование технического средства в специфических условиях определяло формирование специализированных разновидностей, которые развивались уже по своим трендам, в итоге возникало разделение единого вида рекреационного занятия на подвиды, каждый из которых размещается в своей «экологической нише». Таким «эволюционным» образом возникают новые виды рекреационных занятий, дифференцированные по характеру вмещающего физического пространства, уровню требуемых технических навыков, характеру неизбежного риска, экипировке (и, следовательно, стоимости).

В сферу рекреации вовлекаются все новые типы природных и культурных ландшафтов, и пространств современной урбанизированной среды. Очевидно, что такое вовлечение первоначально происходит по принципу «самозахвата», при этом рекреанты «новой волны» часто являются помехой для окружающих – основных «пользователей» пространства (например, велосипедисты «мешают» автолюбителям).

Социум может (до поры до времени) игнорировать пространственные притязания новых рекреантов. С позиций обывателя (которую, к сожалению, разделяют многие российские чиновники и законодатели), для рекреации ничего не требуется, и она может быть развернута на землях любых правовых категорий (например, лесного фонда или землях сельскохозяйственного назначения). Однако опыт показывает, что рекреационное использование ландшафта не требует правового регулирования и планировочного вмешательства только на начальном этапе наложения рекреационного занятия на конкретную местность. Всякое более-менее ре-

гулярное использование местности, и уж тем более эксплуатация рекреационного занятия как канала реализации туристической деятельности требуют правового обеспечения территориальных притязаний и последующего специально обустройства местности. Средствами правового регулирования выступают законодательные акты и процедура территориального планирования, средствами обустройства – ландшафтно-архитектурное проектирование и формирование специальной инфраструктуры. Именно так создаются специальные «facilities» рекреационные «удобства»: стоянки для барбекю и палаточных лагерей, велосипедные дорожки, «отбитые» у автострэд, намытые пляжные отмели, скалодромы, площадки для гольфа и т.д.

5. Проблемы правового регулирования туристско-рекреационной сферы – зарубежный опыт.

В отношении правового регулирования для современной России может оказаться чрезвычайно поучительной история английских «войн» за рекреационный доступ к привлекательным ландшафтам сельской местности, разворачивающаяся на фоне устоявшейся системы частного и общинного землевладения. Стремление новых социальных классов (рабочие, служащие) к активному отдыху и более тесному общению с природой натолкнулось в Британии XIX-XX вв. на ожесточенное сопротивление традиционных землевладельцев (landowners), исповедовавших убеждение выразительно сформулированное знаменитым Уодсвортом. Последний утверждал, что «простой» народ слишком дурно воспитан для того, чтобы его можно было беспрепятственно допускать к красотам и раритетам природы. Противники массовой рекреации из верхней палаты британского парламента ссылались, разумеется, не столько на интересы собственников, сколько на необходимость «охраны природы». В результате на протяжении более века принимаемые в Англии один за другим правовые акты направлены на «снятие противоречий» в пространстве английского ландшафта между рекреацией – с одной стороны и экологией и фермерством – с другой. Таков, к примеру, Акт о национальных парках и доступе к сельской местности («The 1949 national parks and access to the countryside act»), установивший:

- принцип «открытой страны» («open country») в отношении доступа в ландшафт как руководство для разработки правил и заключения соглашений между местными властями, землевладельцами и общественными группами;
- порядок организации возможностей для широкого туризма и отдыха в национальных парках;
- необходимость обеспечения возможности для прокладки и обустройства и картографирования туристских трасс различного типа (конных, велосипедных, водных, пеших), в первую очередь транзитных («long-distance»), пересекающих границы графств;
- важнейшее понятие «кантри-кода» как свода этических правил для рекреантов и туристов, регулирующих поведение в сельской местности.

Естественно, массовая автомобилизация общества, изменение рекреационных предпочтений публики и появление рекреантов-автолюбителей потребовали дальнейших усилий по регулированию: Актом 1968 г. «О сельской местности» в Британии определено рекреационное обустройство сельских территорий (сельские парки, места для пикников и палаточных лагерей), Актом 1981 г. «О дикой природе и сельской местности» – пешеходные и конные тропы, Положением о сельской местности 1989 г. – приходские парки, местные (для каждого графства) пешеходные и конные маршруты и т.д.

Английский опыт для нас важен как отражение постоянных усилий со стороны зрелого гражданского общества, предъявляющего требования к спектру рекреационных возможностей через свои институты, – общественные организации, которые постоянно функционируют как своего рода группы давления. В Англии таких групп множество: кроме широко известного в России «Национального траста» существуют еще и «федерация бродяг», «ассоциация скаутов», «клуб автокараванов и палаточных лагерей», «клуб велотуристов» (этот – с XIX в.!) и многие другие.

Таким образом, в странах с развитым гражданским обществом отдых и рекреация – это целый набор сервисов и служб, располагающихся в сельской местности и в городском окружении, призванных обеспечить и удовлетворить набор весьма диверсифицированных потребностей различных социальных слоев, возрастных, профессиональных и иных целевых групп. При этом задачи обеспечения и контроля за качеством предоставляемых рекреационных услуг возложены на местные власти, общественные комитеты, а также на добровольные и коммерческие организации.

6. Рекреация, туризм и территориальное планирование.

Складывается впечатление, что российская география «просмотрела» очень важный водораздел в рекреационном поведении постмодернистского социума, который развел рекреацию на два потока – «отдых соучастия» (leisure participation) и «отдых потребления» (leisure consumption). С одной стороны появление массовых зрелищ предварило современную «маскультуру» и привело к опережающему росту отдыха потребления, с другой – невероятный рост «средств отдыха» породил целую индустрию активных развлечений. Последняя, шагая рука об руку с современной сферой торговли, привела к заметной трансформации функционального зонирования современных городов. Это масштабное явление, названное в англо-американской литературе «четвертой волной», осталось почти незамеченной в отечественной урбогеографии, но что еще хуже – к нему оказались абсолютно не готовы российские градостроители и законодатели. В результате пространственные «притязания» туристско-рекреационной сферы не получили должного отображения в документах градостроительного планирования, развернувшегося в нашей стране в последние годы.

Судя по объему литературы, посвященной оценке туристско-рекреационных ресурсов субъектов РФ, описанию туристско-рекреационных «систем», «местностей», «зон», «регионов» и «кластеров» многие специалисты до сих пор полагают, что в нашей стране существует некое «сплошное» планирование, учитывающее (среди прочих) и интересы туристско-рекреационной сферы. Это заблуждение, поскольку собственно сплошного правового планирования, какое осуществлялось бы в интересах региона и населяющего его социума, в РФ до сих пор нет; схемы территориального планирования (СТП) на самом деле таковыми не являются, поскольку, во-первых, их выводы имеют чисто рекомендательный (не правоустанавливающий) характер, во-вторых, в СТП земли вне территорий населенных пунктов (лесные, сельскохозяйственные) воспринимаются как данность не подлежащая изменению (планировщик не может изменить конфигурацию лесных земель или земель сельскохозяйственного назначения), и это обстоятельство существенно повлияло на все составляющие процедуры планирования (целеполагание, содержание, информационное обеспечение). Усилия государства по-прежнему направлены на «сотворение» единого государственного кадастра недвижимости (ибо это кратчайший путь к получению доходной части бюджетов), при этом, к сожалению, «творчество» не сопровождается рефлексией уже возникших противоречий в правовых характеристиках формируемых объектов. В результате в РФ не существует комплексного решения связанных неразрывно задач управления территориями, которые базируются на регулировании градостроительных и земельно-имущественных отношений.

Отсутствие направленных усилий и внятных планировочных результатов вынуждают нас обратиться к иным механизмам развития рекреационной сферы, в частности к английскому опыту установления стандартов обеспечения спектра рекреационных возможностей^{1, 2}. Стандарты – это инструмент, позволяющий определить нижний предел рекреационного обустройства как в крупных городах, так и в сельской местности. Стандарты рекреационного обеспечения оперируют с двумя группами категорий: рекреационными угодьями и рекреационными формами обустройства, соотнося их с параметрами доступности (пешеходной, автомобильной), либо с удельными показателями, буквально «в штуках» на контингент проживающих. Специальный параметр отражает так называемый «рекреационный бассейн» (catchment) – ареал с определенной площадью и численностью взрослого и детского населения, внутри которого обеспечен необходимый набор рекреационных удобств. В роли последних выступают специальные угодья (местные, районные и городские парки, поля для гольфа, крикета, сквоша, футбола) и оборудованные рекреационные центры (бассейны, игровые площадки для детей различного возраста).

7. «Инновационное туристско-рекреационное развитие»: надежды и реальность.

Проведенный авторами анализ множества региональных экономических стратегий позволил выявить модную новеллу «инновационного туристско-рекреационного развития», с которой руководители регионов связывают надежды будущего экономического процветания. Однако надежды эти пока не имеют под собой реальных оснований: успешный внутренний туризм может развиваться только на основе предварительной развернутой рекреации, каковая в свою очередь должна опираться на предварительно выстроенную систему рекреационных территорий.

Анализ современного правового поля демонстрирует зияющие правовые лакуны в отношении рекреационных зон и порядка их установления в РФ. Чисто теоретически рекреационные угодья в нынешней практике могут формироваться правоустанавливающими действиями, предпринимаемыми с «плацдармов» Градостроительного, Земельного, Водного и Лесного Кодексов РФ. Однако на деле четыре упомянутых кодекса разделены пропастью, в которую проваливаются любые усилия, и каковая на деле приводит к изъятию рекреации из числа реальных претендентов на освоение территорий.

Земельный Кодекс РФ помещает земли рекреации в один ряд с землями особо охраняемых природных территорий (со строго консервационным режимом использования), что не помешало, впрочем, еще до подготовки документов градостроительного планирования раздать земли бывших пионерских лагерей и детских дач, заводских баз отдыха под коттеджную застройку. Этому немало способствовала безграмотная кадастровая оценка, проведенная без действительного учета рекреационных и ландшафтных свойств территории, что сказалось на весьма заниженной цене соответствующих земельных участков. Таким образом, в регионах российской провинции оказалась утраченной значительная часть социально-значимого территориального ресурса рекреации, созданного еще в советскую эпоху.

Ситуация осложнилась после принятия в 2004 г. нового Градостроительного кодекса (190-ФЗ), поскольку авторы посчитали задачу создания эколого-рекреационного каркаса, во-первых, внешней по отношению к градостроительной деятельности в регионах, во-вторых, уже «решенной и отрегулированной остальными кодексами».

Регулирование «уполномоченными государственными органами» сводится к предпринятым еще в конце 90-х годов разрозненным усилиям по инвентаризации особо охраняемых природных территорий (ООПТ), которые не привели к созданию экологического каркаса, так как не имели под собой необходимой

¹ Береговских А.Н. Управление развитием территорий и градостроительная документация. Часть 1. Разработка градостроительной документации муниципальных образований. – Омск, РА «Град», 2008 г. – 290 с.

² Трутнев Э.К., Бандорин Л.Е. Комментарий к градостроительному кодексу Российской Федерации: ответы на проблемные вопросы градостроительной деятельности. – М., Издательство «Экзамен». – 2008. – 525 с.

методологической и правовой базы. В итоге мы вынуждены фиксировать нелепую и парадоксальную ситуацию: система ООПТ не работает на отдых и туризм и не может быть задействована в этом направлении. Опыт авторов по планированию сельских поселений в различных областях (Ярославская и Владимирская, Орловская и Белгородская, Пермский край) показал абсолютную невозможность распространения режима рекреационных зон даже на территории специально выделенных в составе региональных экосетей туристско-рекреационных местностей. Региональные департаменты охраны окружающей среды «склонны» рассматривать их как обычные ООПТ консервационного типа, где «все запрещено». Таким образом оказалась заблокированной диверсификация ООПТ на объекты с различными условиями использования, в том числе специально предназначенные для развития рекреации и туризма (туристско-рекреационные местности, природно-исторические ландшафты и др.).

Градостроительное зонирование как рекомендательного (схемы территориального планирования сельских районов, генпланы сельских поселений), так и правоустанавливающего (правила землепользования и застройки) характера, теоретически должно приводить к фиксации рекреационных зон. Однако на практике двухстадийный характер процесса: от функциональных зон генпланов к градостроительным зонам правил землепользования – оказался роковым образом на выделении территорий для отдыха и туризма.

Плохо понимая сущность рекреации, «архитекторы на местах» не видят различий различия между рекреационными угольями различного типа, смешивая «зеленку» общего пользования с озеленением санитарно-защитных и водоохраных зон, путая городские леса со скверами и парками, территории спортивной рекреации с ландшафтами санаторно-курортных зон, и поэтому всюду «рисуют» типологически недифференцированную рекреационную зону. В дальнейшем под давлением строительных инвесторов рекреационные функциональные зоны «разваливаются» на этапе перехода от генеральных планов к правилам землепользования и застройки, что в итоге ведет к острому дефициту в наших городах зон, реально пригодных для развития отдыха и туризма.

8. Лес и рекреация: сможем ли мы отдыхать в лесах?

Россия – лесная страна, и, казалось бы, новый Лесной Кодекс должен был представить обществу серьезные возможности для планирования рекреационно-туристской сферы. Однако на деле ЛК достаточно «сурово» обошелся с рекреацией, ликвидировав зеленые зоны населенных пунктов «как класс». Из прежнего «рекреационного набора» были сохранены лишь «городские леса».

Во всех субъектах РФ в последние годы были разработаны так называемые лесные планы, в рамках которых выполнялся и специальный раздел «Рекреационное лесопользование», характеризующий режим пользования при передаче лесных участков для осуществления рекреационной деятельности. Использование лесов для осуществления рекреационной деятельности регламентируется статьей 41 Лесного кодекса и Правилами использования лесов для осуществления рекреационной деятельности, утвержденными приказом Министерства природных ресурсов РФ от 24.04.2007 № 108.

С формальной точки зрения лесные планы могут предлагать три основных типа участков для осуществления рекреационной деятельности: рекреационно-ценные участки леса, лесопарки населенных пунктов, лесные участки на землях ООПТ. Однако на деле лесостроители предпочитают работать с уже «устоявшимися» категориями, избегая использования новеллы «рекреационно-ценные участки леса».

Это обстоятельство в значительной степени дезавуирует механически повторяемое от одного лесного плана к другому извлечение из части 2 ст. 41 Лесного кодекса о том что «на территории зон для осуществления рекреационной деятельности может предусматриваться строительство, реконструкция и эксплуатация объектов для осуществления рекреационной деятельности, допускается возведение физкультурно-оздоровительных, спортивных и спортивно-технических сооружений (дома отдыха, пансионаты, кемпинги, объекты физической культуры и спорта, туристические базы, стационарные и палаточные туристско-оздоровительные лагеря, дома рыбака и охотника, детские туристические станции, туристские парки, лесопарки, учебно-туристические тропы, трассы, детские и спортивные лагеря, другие аналогичные объекты). Размещение временных построек, а также физкультурно-оздоровительных, спортивных и спортивно-технических сооружений допускается прежде всего на участках незанятых деревьями и кустарниками, а при их отсутствии – на участках, занятых наименее ценными лесными насаждениями, в местах определенных в проекте освоения лесов».

Остается непонятным – кто, за чей счет, и каким образом будет разрабатывать проекты освоения «лесных рекреационных зон», каков действительный статус этих зон? Не говоря уже о других вопросах, – кто и на каком основании определяет «рекреационно-ценные участки» леса в составе Лесных планов? Как эти участки будут соотноситься с общими региональными конструкциями «туристско-рекреационных систем»?

Видимо, эта лакуна ощущалась законодателем, поскольку в декабре минувшего года Правительством РФ было утверждено «Положение об определении функциональных зон в лесопарковых зонах, площади и границы лесопарковых зон, зеленых зон». Этот документ примечателен тремя позициями.

Во-первых, Положение постулирует возможность установления «лесопарковых и зеленых зон на землях лесного фонда, землях обороны и безопасности, на которых расположены леса, а также в городских и сельских поселениях, в которых расположены леса (за исключением городских лесов)». Непонятно, должны ли на такие леса, расположенные на «землях поселений», распространяться градостроительные регламенты?

Во-вторых, Положение предлагает определять площадь зеленой зоны в зависимости от численности населения соответствующего поселения лесорастительной зоны, отношения площади покрытых лесной растительностью земель к общей площади территории муниципального района или субъекта РФ, но при этом нормативы будут устанавливаться Министерством сельского хозяйства РФ (!). Интересно, каким образом?

В-третьих, Положением предлагается устанавливать внутри лесопарковых зон функциональные зоны, статус которых будет совсем уже неясен, если речь идет о лесах на землях поселений.

Наконец в последних (по очередности, но не по важности), обязанность по разработке проектной документации на такие зоны возлагается на госорганы субъектов РФ, и эта ситуация подозрительно напоминает ситуацию с охранными зонами объектов наследия: обязаны-то обязаны, но вот только не заказывают...

Заключение

Туристско-рекреационная сфера РФ сможет развиваться только при условии «переворачивания» пирамиды услуг с ног на голову – туризм должен опираться на предварительно развернутые рекреационные возможности. Последние должны определяться с учетом рекреационных потребностей граждан, для чего необходимо их предварительное изучение. Развертывание спектра рекреационных возможностей предполагает исправление деформаций правового поля, а также принципиально иной подход к планированию, при котором характер освоения территорий будут определять не только местные региональные власти и деятели из цепочки «инвестор-застройщик-архитектор», но и представители гражданского общества. Для реализации такого подхода гражданское общество должно активнее участвовать в решении принципиальных вопросов землепользования, планирования и освоения через своих выборных представителей и общественные организации. В России с ее невысоким уровнем гражданской ответственности уже потерпели практически полное фиаско «зеленые» общественные организации; остается надеяться, что обсуждаемые проблемы будут по плечу молодым и активным членам организаций рекреационных. Битву за экологический каркас мы уже проиграли нашим чиновникам, но, может быть, еще стоит побороться за каркас рекреационный?

Литература

- Боголюбов С.А., Жариков Ю.Г.* Комментарий к Лесному кодексу Российской Федерации. – М.: Издательство «Проспект», 2010. – 400 с.
- Квартальнов В.А.* Туризм. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
- Мажар Л. Ю.* Территориальные туристско-рекреационные системы. – Смоленск: Универсум, 2008. – 212 с.
- Curry Nigel.* Countryside Recreation, Access and Land Use Planning. – E & FN Spon London, 2008. – 251 с.
- David L. Edgell, Sr Maria DelMastro, Allen Ginger Smith Jason R. Swanson.* Leisure and Tourism Policy and Planning. – Elsevier Linacre House, Jordan Hill, Oxford, 2008. – 367 с.
- Torkildsen G.* Leisure and Recreation Management. – London and New York, 2005.

УДК [662.09+379.843](470.22)

Кулешевич Л.В.

Лавров О.Б.

ГОРНЫЕ И РУДНЫЕ ПРОМЫСЛЫ КАРЕЛИИ (ИСТОРИКО-ГЕОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ)

Природные геологические объекты Карелии являются объектами активного туризма. История заселения территории Карелии отражает этапы освоения ее природных богатств, это история освоения водных, лесных и минеральных ресурсов, то есть, взаимоотношений человека и природы. Цель предлагаемого проекта – это разработка маршрутов историко-геологического туризма, направленных на желание участвовать в поисковых работах по изучению истории горно-рудных промыслов Карелии, а также профессиональное ознакомление студентов естественных и исторических специальностей с ландшафтами, рельефом и полезными ископаемыми Карелии.

Kuleshevich L.V., Lavrov O.B. The Rock and Ore Mines of Karelia (the Historical-Geological Tourism)

The natural geological objects of Karelia are the sites for the active tourism. The history of colonization of the Karelian territory repulses the stages of the natural resources developing of Karelia. This is a history of opening up the water, forest, and mineral resources. This is a history of interrelation between the nature and the man. The aim of the proposed project is elaboration of the routes for the historical-geological tourism directed to desire for participation in searching works to examine the history of the rock-ore mines of Karelia and professional acquaintance of students of natural and historical specialties with landscapes, relief and the minerals of Karelia.

Природные геологические объекты Карелии являются объектами активного туризма. Они представляют интерес в первую очередь как предметы изучения природных процессов для студентов естественно-географических и горно-геологических специальностей, которые ежегодно посещают Карелию с целью ознакомления с ландшафтом, четвертичными и ледниковыми отложениями, геологией и полезными ископаемыми. Эколого-геологический туризм в Республике Карелия развит очень слабо и практически отсутствует истори-

ко-геологический. Это обстоятельство позволяет обсудить проблему, наметить направления и разработать пилотный проект историко-геологического туризма, направленный на знакомство с природными объектами, историей горного дела и природными ресурсами Карелии. Гостям Карелии это даст возможность познакомиться поближе с красотой природы и ландшафтами Карелии, посетить горные выработки, участвовать в поисковых работах научной организации и даже собрать личную коллекцию горных пород, минералов и руд.

Таким образом, *цель проекта* – это разработка маршрутов историко-геологического туризма, направленных на активный отдых и желание участвовать в поисковых работах по изучению истории горнорудных промыслов Карелии, а также на профессиональное ознакомление студентов естественных и исторических специальностей с ландшафтами, рельефом и полезными ископаемыми Карелии.

Предлагаемые экскурсионные маршруты в центральной части Карелии (Медвежьегорский, Кондопожский, Сегежский районы, рис. 1) позволяют увидеть и оценить красоту природы, составить представление о том, как формировались те или иные природные объекты, создать свой увлекательный рассказ о путешествии и личный отчет о научно-исследовательской экспедиции.

История заселения территории Карелии отражает этапы освоения ее природных богатств. Это история использования водных, лесных и минеральных ресурсов, то есть взаимоотношений человека и природы. Процесс освоения природных богатств и развитие горного дела, начиная с древних времен до наших дней, знакомство с тем, как добывались и перерабатывались железные и медные руды, роль рудознатцев, простых людей и ученых-исследователей в этом процессе, делает живым и интересным предлагаемый для маршрутов экскурсионный материал. Туристы сами проводят исследования, учатся собирать образцы руд и минералов, диагностировать их. Им предлагается составить отчет по маршруту в виде фотогалереи.

По маршруту Петрозаводск–Кончезеро–Пялозеро–Сундозеро можно познакомиться с историей добычи и переработки железных руд в Карелии (рис. 1), посетить железистые источники «Марциальные воды», на оз. Пялозеро и Сундозеро, полюбоваться их красотой и посмотреть, как образуются так называемые лимонитовые руды (озерные и болотные оолитовые и монетные руды осадочного происхождения, рис. 2-3). Лимонитовые руды начали разрабатываться еще с Петровской эпохи с начала XVIII в. Освоение гематитовых руд началось в XIX в. Возможность посетить проявление гематитовых руд появится в Заонежье, недалеко от пос. Шуньга.



Рис. 1. Маршруты центральной Карелии

Находясь в п. Кончезеро, можно познакомиться с первенцем российской металлургии Кончезерским заводом, узнать о его истории, посмотреть остатки сооружений этого завода, которые сохранились до сих пор, сфотографировать Кончезерский храм – Троицкую церковь и познакомиться интересной деревянной архитектурой местных зданий (рис. 2-3). Более сложный пешеходный маршрут (длиной до 4 км) предлагается подготовленным группам туристов. Его можно совершить по западному берегу оз. Пертозеро, далее по ручью до рудника «Надежда», посмотреть старую штольню, где добывались медные руды. В этом же районе имеется ряд старинных медных рудников: «Сенькина Яма», «Орел», «Счастье Божие» и др.



*Рис. 2. Кончезерская церковь
Святой Троицы (1865-1866 гг.)*



*Рис. 3. Дом в п. Кончезеро
(современная карельская архитектура)*

Далее предлагается заезд в г. Кондопогу и осмотр достопримечательностей этого города, деревянной Успенской церкви, посещение заброшенного карьера, где были добыты самородки меди размером до 100 кг. Если повезет, самородки можно найти и для собственной коллекции. Необычные по форме и разные по размерам дендриты меди хранятся в музеях г. Петрозаводска. Их можно увидеть в Музеях геологии докембрия и археологии Карельского НЦ РАН, Краеведческом музее.

Продолжив путешествие на север, в Медвежьегорск, нельзя не остановиться в этом городе, полюбоваться Дивьей горой, под которой несет свои воды Кумса-река в один из крупнейших водоемов Европы и прекрасными видами на Повенецкое Онего. А затем, по дороге в Заонежье туристов ожидает встреча с одним из кладов Хозяйки Медной Горы – рудником Воронов Бор – небольшим карьером, заложенным в начале XX в., из которого добывали врапленно-прожилковые сульфидные медные руды. Часть рудных штабелей и сейчас находится на руднике. Здесь представится возможность собрать в свою коллекцию разнообразных минералы меди – халькопирит, борнит, малахит, эпидот, хлорит. Дальнейшая дорога в Заонежье приведет в п. Шуньга, недалеко от которого можно познакомиться с естественным залеганием шунгитовых пород, имеющих большое содержание углерода (3-90 %), узнать, что такое шунгит, посетить старую штольню, где встречаются черные плотные с блестящими поверхностями разновидности, названные антраксолитом – редчайшим природным образованием. В районе п. Фоймогубы располагался Фоймогубский завод, занимавшийся выплавкой меди, здесь же находятся многочисленные проявления сульфидов меди.

Более дальний маршрут продолжается в п. Надвоицы. Здесь находится памятник горнорудной промышленности XVIII в. Маршрут дает возможность посетить Воицкий рудник, который действовал с 1742 г. около 40 лет. Из него было добыто 106 т меди и 74 кг золота. Золото-кварцевая жила с минералами меди была выработана и частично затоплена при строительстве Беломорско-Балтийского канала. Если повезет, можно с помощью старательского лотка промыть песок из прибрежной отмели и обнаружить крупницы золота.

Особенности предлагаемых путешествий:

1. Путешествия, предполагающие активный отдых в Карелии, рассчитаны на людей, подготовленных к подобным путешествиям, молодежь и любителей природы, желающих посидеть у костра.
2. Увлекающихся историей горнорудных промыслов, готовых забраться «в дебри» карельской тайги.
3. На любителей камня, которые хотят собрать свою коллекцию руд и минералов.
4. Дает возможность близко познакомиться с карельскими ландшафтами – царством воды, леса и камня.
5. Экскурсии могут проводиться небольшими группами, требуют транспорта и сопровождения инструкторов со специальной подготовкой.

Маршруты представляют интерес, в том числе и для студентов естественно-географических факультетов (геологов, горняков, географов, биологов-экологов) и могут проводиться в виде учебных практик. Они могут расширить традиционно предлагаемые путешествия и создать дополнительный приток туристов из числа молодежи, рассчитывающей на недорогой и необычный отдых.

Литература

Озерецковский Н.Я. Путешествия по озерам Ладожскому и Онежскому. Петрозаводск: изд. «Карелия». 1989. 208 с.

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ОСОБО ОХРАНЯЕМОЙ ПРИРОДНОЙ ТЕРРИТОРИИ «МАНЫЧ-ГУДИЛО»

Рассмотрены стратегические возможности развития туристско-рекреационного комплекса «Маньч-Гудило», находящегося в Апанасенковском районе Ставропольского края.

Kuksova M.A. The Complex Estimation of the Tourist-Recreational Potential of the Protected Natural Area «Manych-Gudilo»

The strategic opportunities for development of the tourist-recreational complex «Manych-Gudilo» being in the Apanasenkovsky area of the Stavropol Krai are examined in the article.

Ставрополье активно развивает туристско-рекреационную инфраструктуру. В ближайшие годы на территории Апанасенковского муниципального района Ставропольского края в рамках уникального степного ландшафта оз. Маньч-Гудило появится экологический степной парк¹. Аналогами создаваемого объекта, ориентированного на три компонента: природа, познание и отдых, выступают природные и развлекательные парки Terra Natura и Port Aventura в Испании, а также парк обезьян в Голландии. Цель создания охраняемой природной территории краевого значения – реабилитация степных ландшафтов, развитие степного пастбищного животноводства, сохранение биоразнообразия степей, развитие экотуризма. При разработке менеджмент-плана развития экологического степного парка «Маньч-Гудило» был использован SWOT-анализ как способ систематизации всей имеющейся информации и выработки стратегии и определения приоритетов развития. Как правило, по результатам ситуационного анализа можно оценить, обладает ли компания внутренними силами и ресурсами, чтобы максимально эффективно использовать имеющиеся ресурсы, реализовать имеющийся потенциал и противостоять угрозам, и какие слабые стороны относительно конкурентов требуют скорейшего устранения.

I этап оценки – внутренний аудит позволил определить сильные стороны и недостатки проекта. Для оценки был использован следующий список параметров:

1. Конкурентные преимущества (природа, экология, наличие туристических объектов, климат, географическое положение; анализ приоритетных конкурентов, их имидж, доля рынка, возможные преимущества и слабости).
2. Организация (уровень квалификации сотрудников, их заинтересованность в развитии).
3. Анализ ценовой политики (ценовая эластичность спроса, возможно максимально приемлемые цены для предоставляемых тур-услуг, качество предоставляемых услуг, конкурентоспособные цены, соотношение цены и качества).
4. Финансы (доступность капитала, прибыльность бизнеса).
5. Инновации (степень новизны предоставляемых услуг, сроки окупаемости средств, вложенных в разработку инновационного проекта).
6. Маркетинг (качество предоставляемых товаров и услуг, эффективность рекламы, сравнение рекламной активности с конкурентами, ассортимент предлагаемых услуг, квалификация обслуживающего персонала).

S (сильные стороны):

1. Ставрополье занимает ведущее место по туристскому потенциалу среди других регионов России, здесь сформирован региональный рынок туристских организаций.
2. Регион обладает ресурсами для развития спортивного, экстремального, развлекательного, туризма выходного дня, культурно-исторического туризма, паломнического, археологического, этнографического, охотничье-рыболовного, экологического и природного, сельского и событийного туризма.
3. Удобное физико-географическое положение: прохождение через территорию района трассы межрегионального значения, соединяющей Ставропольский край и Поволжье; непосредственная близость к оз. Маньч-Гудило; относительно развитая сеть транспортных коммуникаций.
4. Конкурентные преимущества в природе и экологии – богатство флоры и фауны. Территория, закупаемая проектируемым природным парком «Маньч-Гудило», может иметь важное международное значение в решении задач охраны редких видов птиц в местах их гнездования и массовых миграций. Угодье расположено в пределах самой крупной миграционной трассы птиц в Евразии, соединяющей Западную Сибирь, Таймыр и Казахстан с ближним и средним Востоком, Северной и Восточной Африкой, что создает предпосылки для дальнейшего развития на этой территории орнитологического туризма. Значение природных комплексов территории проектируемого природного парка в сохранении ландшафтного и биологического разнообразия оценивается как высокое.

¹ Стратегия развития рекреационно-туристского комплекса Ставропольского края до 2020 [Электронный ресурс] – Режим: <http://www.stavinvest.ru/spaw2/uploads/files>.

5. Бальнеологическая ценность уникального реликтового оз. Маныч-Гудило, имеющего международный статус и охраняемого Рамсарской Конвенцией, соленая вода которого обладает уникальными лечебными свойствами, а в грязях озера содержатся биологически активные вещества.

6. Конкурентные преимущества, связанные с наличием туристических объектов: удобные места для рыбалки, охоты и различных видов туризма; эколого-просветительские и историко-культурные объекты.

7. Преимущества в климатических особенностях территории: большая продолжительность вегетационного периода, безморозный период продолжается 175-185 дней. За год район получает 117-128 ккал/кв. см тепла, что превышает показатели многих других территорий РФ и приравнивается к значениям Крыма.

8. Аграрная специализация региона дает возможность обеспечить туристов качественными продуктами питания.

9. Наличие на территории края уникального особо охраняемого эколого-курортного региона РФ – Кавказских Минеральных Вод создает конкурентную базу для развития туристских услуг.

10. Заинтересованность администрации края в развитии инновационного туристического комплекса.

W (слабые стороны):

1. Неразвитость и отсутствие некоторых элементов сферы услуг и инфраструктуры, обслуживающих туризм.

2. Неэффективное использование уже имеющегося туристического потенциала.

3. Отсутствие системы учета и мониторинга прибывающих туристов.

4. Острый дефицит грамотных менеджеров, обслуживающего персонала в туристическом комплексе региона.

5. Высокий уровень безработицы, высокая степень дифференциации уровня доходов населения.

6. Неразвитость современной гостиничной сети различных категорий (гостиницы, кемпинги, мотели, базы отдыха).

7. Удаленность от краевого центра и Кавказских Минеральных Вод.

8. Преобладание экологически ориентированных видов туризма, не связанных с развитием инфраструктуры.

9. Недостаточно развита инфраструктура культурного отдыха и развлечений.

10. Отсутствие доступного туристического продукта для школьников, студентов, пенсионеров и молодежи.

11. Ориентация туристических компаний края на выездной туризм.

12. Неразвитая система маркетинга туристического продукта региона.

13. Низкое качество предоставляемых туристических услуг в соответствии с международными критериями менеджмента качества.

14. Слабый контроль государственных структур за использованием природных ресурсов.

15. Ограниченная информация на национальном и международном рынках о туристическом продукте Ставрополя.

II Этап оценки проекта – определение рыночных возможностей и угроз². При оценке рыночных возможностей и угроз был рассмотрен следующий список параметров:

1. Факторы спроса (целесообразно принять во внимание емкость рынка, темпы его роста или сокращения, структуру спроса на туристический продукт).

2. Факторы конкуренции (учет количества основных конкурентов; распределение рыночных долей между основными участниками рынка; факторы, затрудняющие проникновение на рынок и факторы, мешающие покинуть рынок в случае неудачи; наличие на рынке товаров-заменителей).

3. Факторы сбыта (количество посредников, наличие сетей распределения).

4. Экономические факторы (курс рубля, евро, доллара; уровень инфляции, безработицы, степень дифференциации уровня доходов населения, проводимая в Российской Федерации налоговая политика и т.п.).

5. Политико-правовые факторы (возможные политические риски в стране и соседних регионах Северного Кавказа; уровень правовой грамотности населения; законопослушность, уровень коррумпированности власти).

6. Научно-технические факторы (принимается во внимание уровень развития науки, степень внедрения инноваций, применение инновационных технологий туристического обслуживания и т. п.).

7. Социально-демографические факторы (учитывается численность и половозрастная структура населения региона, уровень рождаемости и смертности, уровень занятости населения и т.п.).

8. Социально-культурные факторы (учитываются традиции и система ценностей общества, существующая культура потребления товаров и услуг, стереотипы поведения людей и т.п.).

9. Экологические и природные факторы (принимаются во внимание природно-климатические условия, в которых работает предприятие; состояние окружающей среды, степень деградации природных ландшафтов; отношение общества к охране окружающей природной среды и т.п.).

² Каплан, Р.С. Организация, ориентированная на стратегию: пер с англ./ Р.С.Каплан, Д.П. Нортон. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003.

10. Международные факторы (уровень стабильности в обществе, наличие региональных и локальных конфликтов).

По каждому параметру определим, что является возможностью, а что – угрозой для проекта.

О (возможности):

1. Потенциал для развития перспективных видов туризма, отвечающих потребностям и спросу современного туристического рынка.

2. Активное развитие сферы услуг за счет малого бизнеса. Возможности для местного бизнеса получать доходы от местных ресурсов.

3. Рост привлекательности Апанасенковского района за счет эффективной рекламы.

4. Повышение конкурентоспособности туристического продукта за счет организации новых туров, экскурсий, маршрутов, оптимальных для вхождения в систему российских и зарубежных туристических продуктов и отвечающих спросу и потребностям современного туристического рынка.

5. Применение инновационных технологий туристического обслуживания, бальнеолечения и новинок мировой SPA-индустрии

6. Возможности для местного бизнеса получать доходы от местных ресурсов, обеспечение сильной мотивации для поддержания культурного наследия и традиций.

7. Вклад в местную экономику: создание рабочих мест и приобретение местных продуктов и услуг

8. Потенциальный интерес инвесторов к туристическому комплексу Ставропольского края.

9. Применение инновационных подходов и методов к организации и осуществлению туристической деятельности.

10. Расширение транспортной системы за счет сети автомобильных дорог, создающих транспортный коридор между Ставрополем и Краснодарским краем, Ростовской областью, Карачаево-Черкесской Республикой, Кабардино-Балкарией.

11. Создание и развитие на территории региона мощных туристических компаний, ориентированных на создание, продвижение и реализацию внутреннего туристического продукта.

Т (угрозы):

1. Конкуренция с соседними регионами (Ростовская область и республика Калмыкия), высокие темпы освоения новых туристических объектов на сопредельных территориях.

2. Возможность выхода на рынок новых компаний-конкурентов.

3. Географическая близость к зонам политической нестабильности в соседних регионах Северного Кавказа и Закавказья.

4. Вероятность возникновения экологических проблем, связанных с использованием озера Маныч-Гудило и, как следствие, потеря рыночной доли на внутреннем рынке туризма.

5. Старая транспортная инфраструктура – может быть небезопасной, особенно по мере роста пассажиропотока, что ведет к авариям.

6. Снижение объемов инвестиций со стороны федерального и краевого бюджетов, банкротство, снижение доступности кредитных ресурсов.

7. Изменение потребностей и предпочтений потенциальных потребителей туристических услуг – потеря клиентов.

8. Угроза оттока квалифицированных кадров в туристско-рекреационном комплексе региона.

Качественный подход SWOT-анализа³ позволил выделить ключевые факторы успеха, которые могут помочь развитию туристско-рекреационного комплекса (табл. 1):

1. Развитие новых видов туризма с учетом имеющегося рекреационно-туристского потенциала. Увеличение сети туристических маршрутов круглогодичного действия.

2. Создание положительного рекреационно-туристского имиджа Ставрополя. Обеспечение безопасного и комфортного пребывания туристов в регионе. Безопасность относительно соседних регионов Южного Федерального округа является важным условием развития туристического комплекса и серьезным конкурентным преимуществом, которое позволит рассчитывать на концентрацию и развитие в регионе дистрибьюторской деятельности, высшего и среднего профессионального образования.

3. Восстановление туристско-рекреационной инфраструктуры региона.

4. Применение инновационных подходов и методов к организации и осуществлению туристической деятельности.

5. Вовлечение местного населения в туристско-рекреационный комплекс региона, создание рабочих мест и доходов, рост уважения к местным традициям, культурным ценностям и природе. Привлечение дополнительных финансовых ресурсов за счет аренды туристического оборудования (палатки, бинокли, навесы, лодки и т. д.), продажи сувениров и продукции местного производства.

6. Увеличение доли туристического продукта, ориентированного на школьников, студентов, молодежь и пенсионеров.

³ Куксова М.А. SWOT-анализ развития туризма в регионе // Вестник университета , №32. – Москва, 2009. С.87-99.

Матрица SWOT – анализа развития туризма в регионе

	Возможности (Opportunities)	Угрозы (Threats)
	1. Потенциал развития перспективных видов туризма. 2. Активное развитие сферы услуг за счет малого бизнеса. Возможности для местного бизнеса получать доходы от местных ресурсов. 3. Рост привлекательности Апанасенковского района за счет рекламы. 4. Применение инновационных технологий туристического обслуживания.	1. Развитие неблагоприятной экономической ситуации в стране, приводящей к снижению платежеспособного спроса. 2. Снижение доступности кредитных ресурсов. 3. Укрепление позиций туристических фирм-конкурентов. 4. Возникновение экологических проблем, связанных с использованием озера Маныч-Гудило. 5. Изменение потребностей и предпочтений потенциальных потребителей туристических услуг.
Сильные стороны (Strengths)	SO	ST
1. Репутация, имидж компании. 2. Благоприятное физико-географическое положение и природно-климатические условия. 3. Благоприятный для развития активных видов туризма климат. 4. Наличие постоянной клиентской базы. 5. Относительно высокая транспортная доступность.	Репутация, имидж компании – потенциальный интерес инвесторов к туристическому комплексу Ставропольского края, возможности для расширения бизнеса. Потенциал для развития различных видов туризма: экологический орнитологический, туризм выходного дня, интенсив-туризм, охотничий и рыболовный, лечебно-оздоровительный, экстремальный туризм, спортивный туризм (парапланеризм), аграрный, культурно-исторический, событийный туризм. Создание рынков дополнительных услуг. Вклад в местную экономику-создание рабочих мест.	Снижение спроса на предоставляемые туристические услуги – оптимальная стратегия ценообразования на предоставляемые услуги (снижение цен); расширение ассортимента предоставляемых тур-услуг. Укрепление позиций фирм-конкурентов- репутация, имидж, опыт. Высокие темпы освоения новых туристических объектов на сопредельных территориях
Слабые стороны (Weaknesses)	WO	WT
1. Слабое развитие сферы услуг и инфраструктуры, обслуживающих туризм. 2. Отсутствие или относительно низкий уровень квалификации кадров, обслуживающих туризм. 3. Удаленность от Краевого центра. 4. Преобладание экологически ориентированных видов туризма, не связанных с развитием инфраструктуры.	Развитие экологически ориентированных видов туризма (орнитологический), экстремальный. Туризм выходного дня. Зависимость ценовой политики от курса валют – снижение цен на предоставляемые туристические услуги. Потребность привлечения больших финансовых ресурсов – расширение бизнеса, создание рынков дополнительных услуг, привлечение дополнительных финансовых ресурсов за счет аренды туристического оборудования (палатки, навесы, бинокли, лодки), продажа сувениров и продукции местного производства.	Зависимость ценовой политики от курса валют; восприимчивость к рыночным колебаниям в экотуристической отрасли. Укрепление позиции фирм-конкурентов (со стороны рынка)- потеря клиентов, низкая прибыль. Незначительная доля собственного капитала в обороте, необходимость привлечения финансовых ресурсов. Неблагоприятная экономическая ситуация в стране, снижение доступности кредитных ресурсов – снижение темпов развития бизнеса, уход с рынка. Старая транспортная инфраструктура – может быть небезопасной, особенно по мере роста пассажиропотока. Зависимость туризма на ООПТ от многих политических и социальных факторов.

1. Активное развитие сферы услуг за счет малого бизнеса (создание подсобных хозяйств, мест размещения туристов).
2. Организация системы обучения и стажировки специалистов, ориентированных на работу в туристском комплексе. Развитие и усиление институтов, обеспечивающих научную подготовку профессиональных кадров для туристско-рекреационного комплекса.
3. Разработка действенных механизмов и схем привлечения средств населения в туристско-рекреационный комплекс.
4. Создание системы информационного обеспечения рекреационно-туристского комплекса, дающей полное представление о возможностях отдыха и туризма в регионе.
5. Совершенствование государственного регулирования в сфере управления рекреационно-туристским комплексом.
6. Разработка комплекса мероприятий по решению экологических проблем в регионе. На основе полученных «ключевых» факторов успеха сформулированы стратегические возможности развития туризма в регионе.

В этой связи выделены приоритетные, наиболее привлекательные и возможные виды туризма, в соответствии с имеющимся туристско-рекреационным потенциалом региона:

1. Экстремально-спортивный туризм. Апанасенковский район один из самых перспективных центров Российской Федерации для развития спортивного и, в частности одного из разновидностей – экстремального туризма, который представлен наземными (конные и пешие прогулки, джиппинг), воздушными (парапланеризм, дельтапланеризм) и водными видами спорта (кайтсерфинг, виндсерфинг). Основной задачей для развития данного вида туризма является создание и реконструкция объектов спортивной инфраструктуры.
2. Охотничье-рыболовный туризм. Стабильно интерес к региону возрастает с точки зрения охотничьего туризма и рыбалки. В специализированных охотничьих хозяйствах по лицензиям в определенные сроки разрешается охота на водоплавающую дичь, волка, лисицу, куницу, зайца, суслика. На оз. Маныч-Гу-

дило можно наблюдать водоплавающих птиц. Для туристов интересна, но менее популярна, чем охота – рыбалка. Любительское рыболовство распространено на всей территории региона, но в основном ей занимается местное население. Интерес к рыбалке со стороны приезжающих в край туристов присутствует, однако он ничем не поддержан и на рынке услуг предлагается в минимальном количестве.

В регионе имеются значительные возможности для охотничье-рыболовного туризма, однако они не безграничны. Развитие данного направления необходимо увязывать с природоохранными мероприятиями совершеншением системы природного надзора.

1. Экологический и природный туризм. При развитии данного вида туризма возможно планирование новых интересных экологических маршрутов (конные, пешие прогулки, сплав на надувных лодках), где человек сможет созерцать природу, не вмешиваясь в ее жизнедеятельность. Развивается орнитологический туризм – любительское наблюдение птиц (Bird watching). По количеству видов и общей численности птиц, этот регион – один из самых богатых на юге Европейской части России. Поэтому для наблюдения за птицами в Апанасенковский район приезжают туристы не только из России, но из Канады и ряда Европейских стран. Эффективность и развитие всех форм экологического туризма неразрывно связано с использованием уже имеющихся и организацией новых экологических центров. В таких центрах к услугам туристов могут предлагаться фото- и видеосъемка, сплав на плотках по реке, и др.

2. Туризм выходного дня (рекреационный и экскурсионный). Популярны поездки на озеро Маныч. К данному виду туризма можно отнести тематические туры – организованные поездки на пасеки, винные туры, для организации которых необходимо разрабатывать соответствующие программы и анимационное сопровождение. Данный вид туризма, прежде всего, ориентирован на внутреннего, краевого туриста, является весьма перспективным, однако требует расширения и совершенствования соответствующей инфраструктуры объектов туризма «выходного дня».

3. Сельский туризм представляет собой пребывание туристов на территориях сельских поселений и неразрывно связан с изучением культуры и быта сельского населения. Данный вид туризма является одним из приоритетных видов для развития в крае, так как Ставрополье, прежде всего аграрный регион. У туристов имеется возможность по желанию заняться сельскохозяйственной деятельностью в соответствии с их интересами. Это могут быть следующие виды работ: сбор урожая на приусадебном участке, изготовление домашнего вина, молочных продуктов, приготовление блюд местной кухни, уход за животными в домашних хозяйствах и на фермах. Интересен сельскохозяйственный туризм еще и потому, что позволит максимально вовлечь сельскохозяйственных жителей и фермеров в развитие рекреационно-туристического комплекса края, что приведет к развитию малого и среднего бизнеса, позволит уменьшить отток жителей из села в город, позволит разнообразить выбор сфер профессиональной деятельности в сельской местности.

4. Лечебно-оздоровительный туризм предусматривает строительство грязелечебниц с применением инновационных технологий.

5. Событийный туризм. Несмотря на то, что событийный туризм находится в стадии формирования, в настоящее время ему уделяется большое внимание. Такие событийные мероприятия как кинофестивали, музыкальные фестивали, чемпионаты и первенства России по экстремальным видам спорта, организуемыми на территории Апанасенковского района стали известными в регионах России и за рубежом. Для развития данного направления необходима активная маркетинговая политика, а также создание современных спортивных комплексов, эстрадных площадок.

6. Этнографический туризм пока находится в крае на ранней стадии развития, однако, в настоящее время присутствует интерес туристов к обычаям разных народов, их национальным кухням, традиционным нарядам песням, танцам. Мировая практика показывает, что данный вид туризма может удовлетворить целый ряд духовных потребностей человека. Основные виды этнического туризма: посещение организованных этнических поселений, сохранивших особенности традиционной культуры и быта, знакомство с музеями народного быта, при этом человек может ощутить причастность к культуре своего и других народов.

7. Развлекательный туризм. Данное направление необходимо активно развивать, так как без развлекательных мероприятий другие виды туризма будут недостаточно интересны для широкого круга туристов. В сфере развлечений необходимо создание многофункциональных комплексов различных форматов – аквапарки, тематические парки развлечений, боулинг, дискотеки.

8. Культурно-исторический туризм является традиционным для Ставрополья. В настоящее время он представлен в основном познавательными поездками небольших групп местных школьников и активных отдыхающих к местным достопримечательностям. В целях эффективного развития данного вида туризма необходимо совершенствовать экскурсионные программы, улучшать сервис и увеличивать вложения в реконструкцию достопримечательностей.

9. Археологический туризм. На территории края сохранилось множество курганов, могильников, древних городищ. По территории Ставропольского края проходил Великий шелковый путь. Археологический туризм может эффективно развиваться на базе инфраструктуры других видов туризма.

Данные виды туризма позволяют сформировать конкурентоспособный, инновационный туристический комплекс в рамках уникального степного ландшафта Маныч-Гудило.

ГЕОПАРК «ГИРВАС» – ВАЖНЕЙШЕЕ ЗВЕНО В СТРУКТУРЕ ЭКОТУРИЗМА

Обосновывается необходимость создания в России системы геопарков. Предлагается в качестве первого опыта выделить территорию в Кондопожском районе Карелии, прилегающую к северо-западному побережью Онежского озера.

Pervunina A.V., Makarihin V.V. The Geo-Park «Girvas» – the Most Important Link in the Structure of the Eco-Tourism
The necessity in creation of a system of geo-parks in Russia is given prove in the article. It is proposed to use the territory of the Kondopozhsky area of Karelia bordering to the North-Western coast of the Onega Lake as a first area for realization of a project.

Система геопарков, широко распространённая в Европе и привлекающая огромное количество туристов, в нашей стране практически отсутствует. Некогда существовавший единственный в СССР геологический заповедник «Китаб» теперь оказался далеко за пределами России. Рекомендации по сохранению и обустройству как отдельных геологических достопримечательностей, так и тех, которые официально входят в список охраняемых природных территорий, обычно не находят должной поддержки у административных органов. Как результат – значительная часть важных геологических уникамов, в лучшем случае, пребывает в полном забвении, в худшем – подвергается постоянным угрозам исчезновения или уже навсегда утрачена (рис. 1).

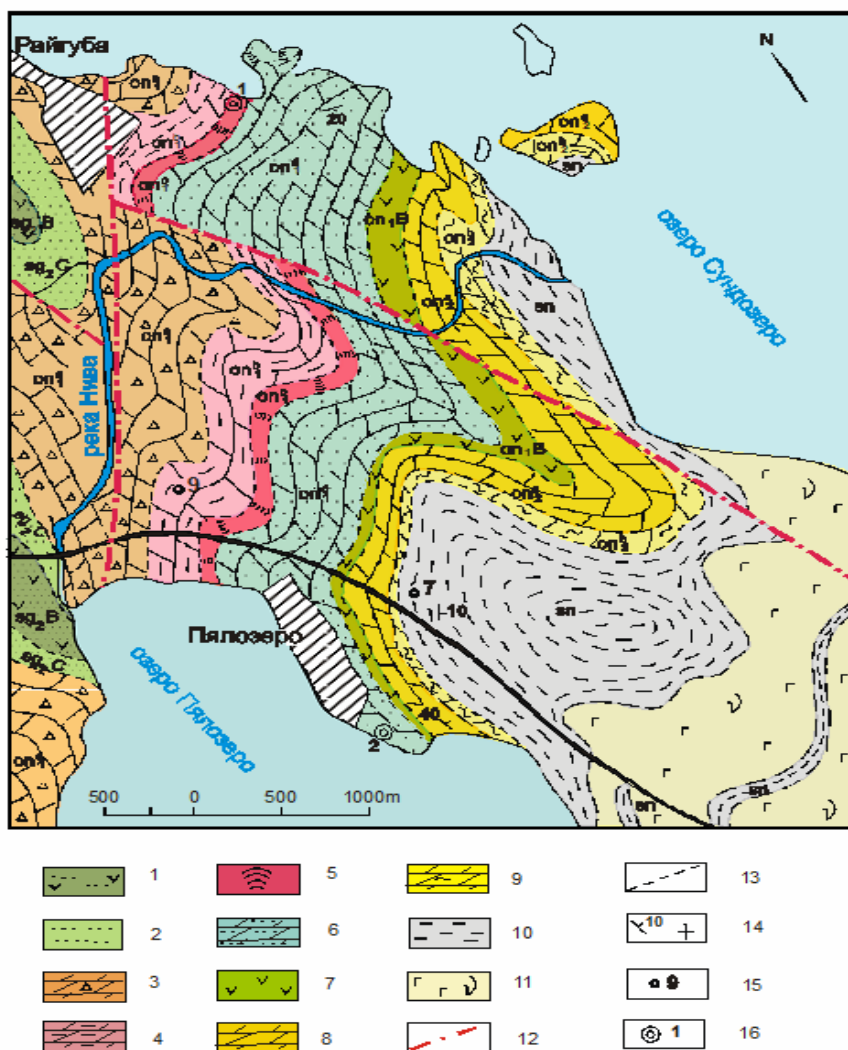


Рис. 1. Сундозерско-Пялозерская стратотипическая площадь

1-2: верхнесегозерский подгоризонт: 1-песчаник кварцевый, 2- базальт. 3-7- нижнеонежский подгоризонт: 3- доломит с *Lukanoa*, 4- доломит с *Nucleophyton confertum*, 5-доломит с *Sundosia*, 6- доломит с *Omachtenia rhoda*, 7- долеритобазальт. 8-9: верхнеонежский подгоризонт: 8- доломит с *Butinella*, 9- доломит с *Djulmekella*. 10-11- заонежский горизонт: 10- шунгитовый алевролит, 11- габбро. 12- разрывные нарушения, 13- стратиграфические границы, 14- элементы залегания, 15- номер скважины в месте её заложения, 16- участки типовых разрезов.

Между тем в России имеется большой положительный опыт сохранения и использования геологических объектов не только в учебных или научных целях, но и для привлечения широкого круга людей, заинтересованных в общении с окружающей природной средой (рис. 2-3)¹. В связи с этим, актуальной является задача создания геопарков – территорий, на которых сосредоточен ряд по-настоящему интересных и важных геологических объектов, дающих представление о геологическом строении отдельных участков земной коры, многообразии геологических процессов, горных породах и минералах, истории геологического изучения.



Рис. 2. Участники межведомственной геологической экскурсии на одном из объектов



Рис. 3. Пример информационного плаката на местности

Карелия в этом отношении как нельзя лучше подходит для организации первого из таких геопарков. Предлагается территория площадью около 200 кв. км, расположенная на северо-западном побережье Онежского озера. Она занимает сравнительно узкую полосу (шириной 5-7 км) северо-западного простирания, пролегающую вдоль некогда действовавшей автотрассы СПб – Мурманск. На этом сравнительно небольшом участке сосредоточено около 50 замечательных геологических объектов, вызывавших и продолжающих вызывать огромный интерес специалистов на протяжении последних двух столетий. Обнажающиеся здесь породы представляют уникальный разрез нижнего докембрия, состоящий из ряда структурных этажей. На древнейшем гранито-гнейсовом основании (архей) последовательно залегают осадочно-вулканогенные комплексы лопия (3,0-2,5 млрд лет) и сумия (2,5-2,4 млрд лет, нижний протерозой, рис. 4), тиллиты и вулканиты сариолия (2,4-2,3 млрд лет, рис. 5), вулканогенно-осадочный комплекс и карбонатные породы ятулия (2,3-2,1 млрд лет, рис. 6-8), шунгитсодержащие отложения людиковия и калевия (2,1-1,8 млрд лет). Все эти образования экспонируются в представительных обнажениях, исследованных каждое в свое время разными поколениями ученых. Среди выходов – разнообразие проявлений вулканизма: от кислого и среднего – до основного (большая часть) и ультраосновного, характерные структуры и текстуры магматических, осадочных и метаморфических пород, уникальные минералообразования, важнейшие контакты между типовыми толщами². Особо отметим впервые описанные здесь окаменелости – одни из древнейших на Евро-Азиатском континенте.



Рис. 4. Подобные художества отнюдь не украшают обнажения



Рис. 5. Вулканогенные образования суйсария

¹ Макарихин В.В. (ред.) Геологические памятники природы Карелии. Петрозаводск, 2006, 192 с.

² Соколов В.А. (ред.) Геология Карелии Л., 1987, 231с.



Рис. 6. Фрагмент ятулийской вулканической постройки в п. Гирвас. На дальнем плане – уникальный разрез четвертичных дельтовых песков



Рис. 7. Строматолиты Colleniella palica Mak. на поверхности напластования доломитов

Некоторые из обнажений известны как геологические памятники природы, они находятся под защитой местной администрации. Однако со стороны неуклонно расширяющихся участков хозяйственной деятельности человека существует риск нанесения определенного ущерба геологическим раритетам.



Рис. 8. Куполовидная постройка, сложенная строматолитами Carelozoon metzgerii Mak.

В задачи, поставленные перед геопарком, помимо организации эколого-туристической деятельности входило бы также:

1. содействие охране геологического наследия, популяризация геологических знаний в обществе;
2. обеспечение мониторинга;
3. создание оптимальной практики по использованию природных ресурсов, критерии систематики объектов, инвентаризация, управление, планирование и т.д.;
4. развитие международного сотрудничества и обеспечение инициатив в исследовании;
5. создание унифицированного перечня геологических памятников природы, наиболее полно представляющих уникальное георазнообразие Карелии.

В августе 2004 г. во Флоренции (Италия) состоялся очередной Международный геологический конгресс, одна из сессий которого имела символическое название: «Геология – источник культурного и геологического наследия». Это был наиболее представительный форум специалистов, рассматривавших вопросы изучения и сохранения важнейших геологических объектов, выделения их в качестве особо охраняемых территорий, популяризации геологических знаний среди населения. Один из докладов, включённых в программу конгресса,

назывался «Геопарк Гирвас – важное геологическое наследие северо-запада России»³. Часть объектов этой территории включены в формирующийся список европейского и мирового геологического наследия.

Институт геологии Карельского научного центра занимается популяризацией геологического наследия Республики Карелия, проводя тематические научные, научно-популярные экскурсии и учебные геологические практики. Однако для сохранности объектов массового посещения территории Гирвасского геопарка необходим статус национального. Надеемся, что идея, высказанная в докладе, найдет единомышленников и привлечет инвесторов⁴.

УДК 338.48 (470.21)

Омелай Р.В.

ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ ХИБИНСКОЙ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ЗОНЫ

В статье автор освящает вопрос о создании единого туристско-рекреационного пространства в Мурманской области, структурной основой которого должны стать туристско-рекреационные территории регионального значения. Особое внимание уделено методике разработки и перспективам развития Хибинской зоны.

Omelay R.V. Problems in Creation of the Hibiny Tourist-Recreational Area

In the article, the author covers the issue of tourism and the recreational area's creation in the Murmansk region. This area should be based on regional tourism and recreational zones. Particular attention is paid to the methodology of development and the perspectives of the Hibiny area's development.

Хотя экономический кризис существенно затронул экономику Мурманской области и негативно отразился на доходах регионального бюджета, Правительством области поставлена новая задача – создание единого туристско-рекреационного пространства, структурной основой которого должны стать туристско-рекреационные территории регионального значения. На территории области планируется создание четырех территорий: «Хибинской», «Печенгской», «Терской» и «Ловозерской».

В 2009 г. разработаны концепции создания двух из них – «Терской» и «Ловозерской», ориентированных на развитие экологического, этнографического и сельского туризма. В 2010 г. будет разработана концепция создания одной из самых перспективных территорий – «Хибинской», ориентированной на горнолыжный туризм. Несмотря на то, что план создания парка и его режим, разработанный экологическими организациями области, был согласован со всеми заинтересованными лицами (муниципалитетами, предпринимателями, землепользователями и, на общественных слушаниях, населением), его формирование приостановлено по причине отсутствия утвержденной «Схемы территориального планирования Мурманской области до 2038 года». В соответствии с Градостроительным Кодексом РФ во всех регионах, где отсутствуют документы территориального планирования, с 01.01.2010 г. запрещено резервирование земель и не выдается разрешение на строительство.

В случае разрешения проблемы на территории планируется создание особой экономической зоны туристско-рекреационного типа. Хибинской туристско-рекреационной зоне в планах Правительства отдается приоритет, что обусловлено наилучшими условиями для ее формирования на территориях Кировского и Апатитского муниципалитетов.

В плане работы Министерства экономического развития Мурманской области на 2010 г. значится «Разработка концепции создания туристско-рекреационной территории «Хибинская», доработка концепций создания туристско-рекреационных территорий «Ловозерская», «Печенгская» и «Терская». На первом этапе планируется рассмотреть подробный анализ уже имеющегося потенциала создания туристско-рекреационной территории, а также перспективы развития этих территорий. Второй этап будет посвящен непосредственно разработке концепций развития каждой туристско-рекреационной территории. И на заключительном, третьем этапе работ, предполагается произвести оценку и проектирование инфраструктуры приема туристов. Планируется подготовка презентационных материалов для стратегических и финансовых инвесторов туристско-рекреационных территорий, для них будет создано информационное обеспечение (публикации в деловых СМИ, создание интернет-сайтов), проведены целевые презентации и пресс-конференции.

В результате будет разработана концепция развития для каждой туристско-рекреационной территории, содержащая перечень и параметры проектов комплексного развития, расчет потребности в финансировании и экономический эффект реализации проектов, макеты и эскизные рисунки предлагаемых инвестиционных проектов.

³ Makarikhin V., Medvedev P., Rychanchik D. Geopark «Hirvas» is a particular geological heritage of NW Russia. 32nd IGC, Florence, 2004 – Scientific Session (part 1) p. 580.

⁴ Первунина А.В. Учебная геологическая практика в Петрозаводском государственном университете // Полевые практики в системе высшего профессионального образования. Сб. трудов. – СПб.: СПбГУ, ВВМ, 2007. 324 с. – С. 246-248.

Результаты работы будут использованы для корректировки генерального плана и привлечения инвестиций в туристскую инфраструктуру. Создание туристско-рекреационной территории позволит сформировать новые туристские центры на основе принципов устойчивого развития существующих туристских ресурсов и создания новых туристских ресурсов, имеющих особое значение для развития туристско-рекреационной отрасли.

Туристский культурно-природный потенциал Хибинской зоны имеет важное общенациональное значение. История края собирается, хранится и экспонируется в Апатитском и Кировском историко-краеведческих музеях. Отдел краеведения и природы включает в себя семь основных разделов, по времени охватывающих почти тысячелетнюю историю. Самые ранние поселения людей каменного века в нашем районе (на берегах Имандры) относятся к VI-V тыс. до н.э. Хибинский горный массив является уникальным природным наследием, который является объектом притяжения для туристов из различных регионов России и из-за ее пределов. Это уникальный ресурс для туризма. Хибинские тундры богаты месторождениями редчайших минералов, привлекающих сюда геологов всего мира. Здесь развивается пеший, лыжный, горнолыжный, минералогический и другие виды туризма. Оз. Имандра является самым большим на Кольском полуострове с множеством островов. Площадь водной глади составляет 812 кв. км. В озере водится 14 промысловых видов рыб (кумжа, голец, сиг, ряпушка, окунь, щука и др.). С севера и запада оз. Имандра в своем бассейне имеет множество мелких озер, по которым возможен сплав на байдарках и резиновых лодках. На северо-запад простирается территория биосферного Лапландского заповедника. В лесах бассейна оз. Имандра водится множество диких животных и птиц. В зимнее время популярны зимние ветряные виды спорта и отдыха — гонки под кайтами и другими зимними парусами. Эффектным элементом зимнего пейзажа на Имандре являются полярные сияния. На берегах озера расположена сеть баз отдыха различных предприятий. Ботанический памятник «Кедры и лиственницы Хибин» находится в предгорье Хибинских гор, юго-западном склоне в 1,5 км от берега губы Белой оз. Имандра. Площадь – 2 га. На участке 28 кедров и 5 лиственниц. Впервые посадку осуществил основатель ПОСВИРа И.Г. Эйхвельд. Природно-исторический памятник «Йокостровское кинтище» располагается между губой Железная и Вочеламбиной оз. Имандра. Площадь – 105,5 га.

В границы Хибинской туристско-рекреационной зоны входят г. Кировск и Апатиты, которые характеризуются высокой степенью благоустроенности и развития социальной инфраструктуры. По количеству коллективных средств размещения туристов и мест в них район занимает второе место в области, уступая лишь г. Мурманску. Благодаря выгодному географическому положению в Хибинской ТРЗ имеется доступ ко всем видам транспорта.

Для технико-экономического обоснования проекта необходимо иметь представления об ежегодных туристических потоках и распределению их по сезонам. Проблема определения туристского потока и учета туристов пока не имеет решения на муниципальном уровне.

Данные о количестве туристов, обслуженных турфирмами по турпакетам, не отражают общего числа туристов, посетивших Мурманскую область, поскольку туристы могут прибывать в область самостоятельно в лечебных, оздоровительных, познавательных, физкультурных, спортивных, профессиональных, деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода в Мурманской области, на период от 24 часов до 6 месяцев или осуществлять не менее одной ночевки в месте временного пребывания. Приведенные данные показывают ежегодное увеличение объемов обслуживания въездного потока туристов в среднем на 25-30 %.

В связи с тем, что в РФ отсутствует единая система оценки туристских потоков в регионах, можно использовать лишь косвенные показатели и индикаторы объемов посетителей, одним из которых является число лиц, размещенных в гостиницах и иных средствах размещения. Для оценки регионального туристского потока в 2009 г. также будет использоваться методика оценки туристских потоков, утвержденная приказом Федерального агентства по туризму от 18.07.2007 N 69 «Об утверждении Порядка определения внутреннего туристского потока в Российской Федерации и о вкладе туризма в экономику субъектов Российской Федерации».

Определение объемов внутреннего туристского потока в РФ основывается на данных регулярных статистических наблюдений и специальных обследований. Расчеты осуществляются органами исполнительной власти в сфере туризма субъектов РФ с квартальной и годовой периодичностью. В таблицах 1 и 2 приведены основные показатели, на основе которых ведется мониторинг туристских потоков.

Таблица 1

Расчет туристского потока в субъекте РФ по итогам года

№ п/п	Наименование показателей
1.	Количество коллективных средств размещения (КСР)/номеров/мест, всего, ед.
2.	Средний коэффициент загрузки КСР по региону (К), %
3.	Число туристов, размещенных в КСР, всего из них:
3.1.	граждан России
3.2.	иностранцев граждан
4.	Число туристов, размещенных не в КСР, всего из них:
4.1.	граждан России

№ п/п	Наименование показателей
4.2.	иностранцев граждан
5.	Коэффициент досчета Q (частное от деления строки 4 на строку 3)
6.	Общий объем туристского потока в регионе (в год обследования - сумма строк 3 и 4; в годы между обследованиями – сумма строки 3 и произведения строки 3 на строку 5), всего
	из них:
6.1.	граждан России (в год обследования - сумма строк 3.1 и 4.1; в годы между обследованиями – сумма строки 3.1 и произведения строки 3.1 на строку 5)
6.2.	иностранцев граждан (в год обследования - сумма строк 3.2 и 4.2; в годы между обследованиями – сумма строки 3.2 и произведения строки 3.2 на строку 5)

Таким образом, проблемы в сфере развития туризма носят острый и системный характер. Для их решения необходимы новый подход и программно-целевой метод, позволяющий повысить конкурентоспособность, удовлетворить растущий спрос на качественные туристские услуги и обеспечить условия для устойчивого развития туризма. В этих целях Министерство экономического развития Мурманской области разработало долгосрочную целевую программу «Развитие туризма в Мурманской области» на 2009-2011 гг., предусматривающую систему мер поддержки и стимулирования развития как отрасли в целом, так и отдельных видов туризма.

Таблица 2

Поквартальный расчет туристского потока в регионе

№ п/п	Наименование показателей
1.	Количество коллективных средств размещения (КСР), представивших квартальный отчет по форме N 1-КСР (краткая), всего, ед.
2.	Средний коэффициент загрузки КСР (К1), сдавших отчет, в отчетном периоде, %
3.	Число туристов, размещенных в КСР, всего (сумма строк 3.3 и 3.4) из них:
3.1.	граждан России (сумма строк 3.3.1 и 3.4.1)
3.2.	иностранцев граждан (сумма строк 3.3.2 и 3.4.2)

Одной из проблем привлечения в регион туристов является сравнительно слабое развитие сектора Интернет-рекламы. Эта проблема особенно ярко заметна в регионах, где рынок рекламы плохо развит. Также не все молодые компании уделяют достаточно внимания и значения рекламе своего товара. Одним из способов решения данной проблемы является выявление эффективности рекламы за счет опроса туристов в местах туризма об источнике получения ими информации. Определив приоритетный источник рекламы для привлечения туристов, можно разработать инвестиционную программу для стимулирования спроса на туристские продукты региона.

Низкий уровень развития информационного сектора туристских ресурсов, а именно: непривлекательное освещение мест туризма и туристских маршрутов, в первую очередь негативно сказывается на международной привлекательности туризма в Апатитах и Кировске. Во вторую очередь это сказывается на людях, ищущих информацию о путешествиях через интернет или по буклетам. Усугубляет ситуацию низкая насыщенность сектора рекламно-дизайнерскими кадрами в районах, и области в целом.

УДК 796.5

Севастьянов Д.В.

ООПТ СЕВЕРО-ЗАПАДА РОССИИ КАК ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ (на примере Республики Карелия и Архангельской, Вологодской областей)

Статья посвящена вопросам комплексного и рационального использования туристско-рекреационного потенциала ООПТ, как одного из важнейших факторов устойчивого развития регионов.

Sevastjanov D.V. The Protected Natural Areas of the North-West of Russia as a Basis for the Sustainable Development of Tourism in the Regions (on the Example of the Karelian Republic, the Archangelsk and the Vologodskaya Oblast)

The article deals with the matters of complex and rational usage of the tourist-recreational potential of the protected natural areas as one of the most important factors of the sustainable development of regions.

В структуре планов экономического развития регионов России в XXI в. все большее место начинает занимать туристско-рекреационная сфера. Особое значение ее развитие приобретает в кризисных условиях последних лет, в депрессивных регионах, в районах с высоким уровнем безработицы. В Республике Карелия и в Архангельской области именно особо охраняемые природные территории (ООПТ) федерального и регионального уровней нередко являются относительно стабильными «ядрами конденсации» рабочих мест или «островками стабильности» в современном жестком экономическом мире.

На северо-западе России в последние годы на основе ООПТ федерального значения начинают активно развиваться природно-ориентированные виды туризма – экологический, этнический и сельский туризм. Наиболее популярными объектами экотуризма у иностранных туристов в настоящее время стали заповедники Костомукшский и Кивач, Кандалакшский, Лапландский и Пинежский, Национальные парки «Паанаярви» и «Водлозерский», «Кенозерский» и «Русский север». Особое значение для охраны природных комплексов и для развития туризма приобретает трансграничная сеть парков Карелии: «Оуланка» – «Паанаярви» и формирование межрегиональной и межнациональной системы ООПТ на северо-западе России – «Зеленый пояс Фенноскандии». Определенные успехи, как в Карелии, так и в Архангельской области достигнуты в развитии сети ООПТ и в сохранении регионального разнообразия ландшафтов. Существующие практические принципы формирования сети ООПТ базируются на географических, эколого-биологических и социально-экономических критериях¹.

На основе сети ООПТ во многих странах мира осуществляются актуальные задачи природоохранного, просветительского и рекреационного характера. На базе ООПТ происходит интенсивное развитие экологического, этнического, агротуризма и других видов туризма, что способствует экономическому развитию как благополучных, так и депрессивных регионов стран мира. Для России, с ее необъятными просторами, более половины площади которых не затронуто антропогенной деятельностью, весьма перспективно развитие природно-ориентированных видов туризма на ООПТ.

По данным ВТО (UNWTO) в течение последних 5 лет число приверженцев природно-ориентированных видов туризма прирастает на 7 % в год. По прогнозам к 2020 г. экологический туризм войдет в пятерку стратегических, наиболее интенсивно развивающихся в мире направлений всей индустрии туризма. Однако доля экотуризма в современном мировом обороте туристского капитала – всего 7-10 %. Это объясняется относительно меньшей капиталоемкостью природно-ориентированных видов туризма, но отражает его социальную значимость.

Представляется целесообразным пересмотреть и дополнить существующие подходы к формированию сетей ООПТ на территории Российской Федерации. С учетом растущего интереса населения, как в России, так и за рубежом к «путешествиям в природу» и к природно-ориентированным видам туризма, организуемым на охраняемых территориях, необходимо целенаправленно проводить работу по вовлечению новых территорий в систему ООПТ. Резервом для этого могут быть приграничные территории, пригодные в перспективе для формирования трансграничного рекреационного пространства, а также покинутые населением (пустующие) сельские местности. Расширение территорий ООПТ должно предусматривать создание буферных территорий и «экологических коридоров» между отдельными резерватами, что будет способствовать перераспределению туристских потоков и сохранению природных ландшафтов, а в ряде случаев снижать общую антропогенную нагрузку на экосистемы².

Под «экологическими коридорами» мы понимаем не только организацию возможных путей миграции животных и растений, но и *специально создаваемые маршруты экотуризма* между соседними ООПТ различного уровня. Россия обладает весьма благоприятными условиями и возможностями для создания развитой сети ООПТ, связанных между собой специально организованными экологическими коридорами.

В России существуют *международный, федеральный и региональный уровень ООПТ*:

- государственные природные заповедники (в т.ч. биосферные и объекты ЮНЕСКО);
- национальные парки (НП);
- государственные природные заказники;
- природные парки;
- памятники природы;
- дендрологические парки и ботанические сады;
- лечебно-оздоровительные местности и курорты.

Экологический туризм (ecological tourism) как понятие уже получил достаточно широкое распространение во всем мире. Как развитые страны мира (США, Канада, Австралия, Франция, Норвегия), так и развивающиеся страны (Кения, Танзания, Коста-Рика, Монголия и др.) идут по пути расширения базы использования природных и культурных ландшафтов для целей рекреации и туризма. По данным UNWTO за период 1990-2005 гг. рост числа экотуристов отмечен в обеих группах стран: в 1,5 и 2,6 раза соответственно.

В мире реализуются две основные модели экотуризма:

«*Классическая модель*» (австралийско-американская, ориентированная на посещение диких и особо охраняемых территорий).

«*Западноевропейская модель*» (реализуется вне границ ООПТ и акваторий, преимущественно на пространстве окультуренных или культурных ландшафтов (чаще всего сельских, по направлению агротуризма).

¹ Научное обоснование развития сети особо охраняемых природных территорий в Карелия. Петрозаводск. КНЦ РАН, 2009.

² Чижова В.П., Севостьянова Л.И. Экологический туризм. Географический аспект. Йошкар-Ола, МГТУ. 2007.

По нашему мнению, для России приемлемо развитие природно-ориентированных форм туризма по канадско-австралийской и по западноевропейской модели развития, а также совмещение этих моделей. Применительно к отечественным условиям развития туризма представляется целесообразным расширить толкование понятия экологического туризма: – *это природно-ориентированные путешествия и активный отдых в общении с естественными и культурными ландшафтами в целях знакомства с объектами природы, истории и культуры, включая научно-познавательные и природоохранные аспекты на основе уважения интересов местного населения.*

Чтобы сделать внутренний экотуризм рентабельным, нужны маркетинговые исследования, реклама и разработки новых комплексных экотуров, включающих объекты природного и культурного наследия. Необходимо привлекать различный контингент туристов, воспитывать *экологическое мышление* и бережное отношение к объектам природы, истории и культуры, что обеспечит устойчивое развитие регионов. Например, перспективна организация и внедрение новых маршрутов по водным и водно-волоковым путям северо-запада России на территориях Карелии, Архангельской и Вологодской областей. Древние водно-волоковые пути следует рассматривать как объекты историко-культурного наследия и организовывать на их основе новые туристские маршруты и создавать «экологические коридоры» соединяющие ООПТ, не только в целях обеспечения миграционных путей для диких животных, но и для регулирования туристских потоков и популяризации культурного наследия Русского Севера³.

Привлекательным районом развития туризма может стать водораздельное пространство между Балтийским, Белым и Каспийским морями – «заволочье», лежащее между территориями национальных парков «Водлозерский», «Кенозерский» и «Русский Север», как территория освоения древними новгородцами и судальцами и продвижения на северо-восток славянской культуры.

Особая важность и перспективность развития природно-ориентированных видов туризма на Северо-Западе России заключается в следующем:

- выгодное геополитическое положение региона на границе России и ЕС;
- наличие 8 Национальных парков – ключевых территорий для развития экотуризма;
- транспортная доступность и относительно густая дорожная сеть;
- наличие многочисленных объектов природного и культурного наследия, центров экологического и историко-культурного туризма (С.-Петербург, Калининград, Выборг, Приозерск, Великий Новгород, Псков, Вологда, Кириллов, Каргополь, Великий Устюг; острова Валаам, Кижы, Соловецкие и др.).

Развитие туризма на ООПТ в настоящее время является одним из важнейших факторов устойчивого развития регионов. Комплексное и рациональное использование туристско-рекреационного потенциала территорий, создание *связанных экологическими коридорами сетей* ООПТ, соблюдение баланса интересов, как природоохранных, так и социально-экономических – важнейшая миссия ООПТ. Именно здесь возможно успешное сохранение народных традиций, поддержание национальных праздников и местных народных промыслов, сочетание интересов местного населения и туристов, желающих принять участие в праздниках, реализовать или приобрести местные сувениры, распространить рекламу местной продукции и др.

Туризм в российской глубинке, испытывающий депрессивное состояние экономики, в настоящее время воспринимается как «спасательный круг», который может помочь регионам удержаться на плаву и предотвратить дальнейшую деградацию. Действительно, организация туристских маршрутов на ООПТ в регионах объективно способствует всемерному развитию местной инфраструктуры (появлению гостиниц, гостевых домов, кафе, магазинов, улучшению транспортной сети), повышению уровня общей культуры населения, внедрению основ экологического мышления туристов и местного населения, появлению их взаимной экономической заинтересованности, воспитанию их взаимного уважения. Однако всё это должно происходить в опоре на заинтересованность местной администрации в развитии муниципальных образований, в поддержке малого бизнеса и предпринимательства на местах, что должно сопровождаться повышением занятости населения и в перспективе привести к пополнению местного бюджета.

³ Зелюткина Л.О., Коростелев Е.М., Севастьянов Д.В. Историко-географические путешествия по Русскому Северу. СПб. ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2010.

**ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ЛЕСНЫХ ЭКОСИСТЕМ НАЦИОНАЛЬНОГО ПАРКА «ПААНАЯРВИ»,
ПОДВЕРГАЮЩИХСЯ АКТИВНЫМ РЕКРЕАЦИОННЫМ НАГРУЗКАМ¹**

Приводится информация о влиянии вытаптывания на состояние живого напочвенного покрова 16 наиболее посещаемых туристических стоянок национального парка «Паанаярви». Независимо от давности образования, стоянки несут сходные черты нарушений травяно-кустарничкового и мохово-лишайникового ярусов. В зависимости от рекреационных нагрузок в пределах стоянок формируются три зоны вытаптывания с разной степенью рекреационной дигрессии напочвенного покрова. Также обследованы смотровые площадки водопадов Киваккаоски, Мянтыюоски, вершина г. Кивакка и степень вытоптанности троп к ним.

Timofeeva V.V., Kutenkov S.A. Assessment of the Condition of the Forest Ecosystems in the Paanajarvi National Park Exposed to Heavy Recreational Pressure

There is an information concerning influence of trampling upon the statement of the living ground in 16 most visited tourist sites in the Paanajarvi National Park is given in the article. No matter when the sites had formed, they have similar features of disturbance in the herb-dwarf shrub and moss-lichen layers. Three trampling zones differing in the degree of recreational digression of the ground cover have formed within the sites depending on the recreational load. We also surveyed the observation areas of the rapids Kivakkakoski, Mantykoski, top of Mt. Kivakka, and assessed the degree to which paths leading towards them have been trampled down.

Введение

Национальный парк «Паанаярви» (НП) (учрежден 1992 г.; площадь – 104,354 тыс. га) является одним из привлекательных и перспективных уголков Карелии для развития экологического туризма. Благодаря хорошо отлаженной и развивающейся инфраструктуре парка, поток туристов с каждым годом увеличивается, что не может не отражаться на состоянии природных комплексов, испытывающих существенный антропогенный пресс. Рекреационные нагрузки (главным образом вытаптывание) негативно влияют на состояние лесов парка, при этом наиболее ощутимое воздействие испытывают на себе живой напочвенный покров (мхи, лишайники, травянистые растения) и почва, изменение структуры которых визуальнo диагностируется уже на начальных стадиях разрушения лесных экосистем. Напочвенный покров нарушается в местах расположения туристических стоянок, по тропам и на рекреационно-привлекательных объектах (водопадах, вершинах гор и т.п.). По степени отрицательного воздействия на лес выделяют 6 форм рекреации: дорожную, бездорожную, добытательскую, бивачную, транспортную и кошевую². Для НП «Паанаярви» характерны в основном бивачная (установка палаток, разжигание костра и т.д.) и добытательская (рыбная ловля, сбор грибов, ягод и т.д.) формы рекреации. Причем обе формы строго регламентированы, попытки «дикого» туризма не допускаются.

Материалы и методы

НП «Паанаярви» расположен на северо-западе Республики Карелия и занимает приграничное положение с Финляндией. Парк находится в пределах крупного массива практически не затронутых деятельностью человека лесов. В ландшафтном отношении территория НП является уникальной, здесь доминирует низкогорный среднезаболоченный ландшафт с преобладанием еловых лесов. Это самая возвышенная часть Карелии, с отметками поверхности до 450-550 м (г. Кивакка, г. Лунас и др.). Максимальной высоты достигает гранитная гора Нуорунен – 577 м, а в целом распространены территории с перепадами высот 200-350-450 м^{3,4}.

Изучение состояния живого напочвенного покрова проводилось на 16 туристических стоянках, которые расположены на побережье оз. Паанаярви, по берегам р. Оланги и близлежащих озер. Также обследовались три наиболее популярных в парке туристических маршрута: смотровые площадки водопадов Киваккаоски, Мянтыюоски, вершина г. Кивакка и степень вытоптанности троп к ним. Размеры стоянок, куртин растительности и вытоптаных участков измерялись рулеткой. Контуры площадок, определялись по степени нарушения живого напочвенного покрова. Площади стоянок варьируют от 0,02-0,03 до 0,31-0,37 га и зависят, главным образом, от количества построек и степени удаленности их друг от друга. Контрольные пробные площади (30×50 м) закладывались в условно незатронутых рекреацией (без видимых признаков нарушений) идентичных типах леса и схожим положением в рельефе. При описании живого напочвенного покрова фитоценозов использовалась стандартная методика проведения геоботанических исследований^{5,6}. Одновременно в

¹ Исследования проводились при поддержке TACIS № 2006/123-534.

² Тарасов А.И. Рекреационное лесопользование. М., 1986. 176 с.

³ Волков А.Д., Громцев А.Н., Еруков Г.В., Караваяев В.Н. и др. Экосистемы ландшафтов запада северной тайги (структура, динамика). Петрозаводск, 1995. 194 с.

⁴ Громцев А.Н., Коломывцев В.А., Шелехов А.М. Ландшафтные особенности и рекреационная оценка экосистем Паанаярвского национального парка // Природа и экосистемы Паанаярвского национального парка. Петрозаводск, 1995. С. 7–18.

⁵ Полевая геоботаника. М., 1964. Т. 3. 530 с.

пределах стоянок картировался живой напочвенный покров (определялось соотношение сплошь вытоптаных участков и троп, а также сохранившихся куртин растительности). В ходе исследований выявлялась степень дигрессии (изменения) лесных экосистем^{7,8,9,10}.

Результаты и обсуждение

Всего в составе кустарникового и травяно-кустарничкового ярусов изученных лесных сообществ, подверженных сильным рекреационным нагрузкам, зарегистрирован 81 вид сосудистых растений, что составляет 12,7 % всех видов флоры НП «Паанаярви» (635 видов¹¹). Бедность флоры на стоянках обусловлена исходным небогатым флористическим составом сосновых лесов лишайниковой, брусничной и черничной групп типов местообитаний, а также слабым притоком в сообщества луговых и сорных видов. Кустарниковый ярус (подлесок) представлен типичными для лесов Карелии видами (13 видов), из которых наиболее обильны рябина обыкновенная, можжевельник обыкновенный и береза пушистая. В травяно-кустарничковом ярусе обнаружены 68 видов, доминируют брусника обыкновенная (проективное покрытие вида на стоянках варьирует 0,1 до 40 %), черника обыкновенная (0,1-60 %), водяника обополая (проективное покрытие 0,1-15 %). Достаточно высокая встречаемость у иван-чая узколистного (отмечен почти на всех площадках), луговика извилистого и очень устойчивого к вытаптыванию злака, овсяницы овечьей. В целом, по составу типичных лесных видов, флора туристических стоянок незначительно отличается от флоры контрольных пробных площадей (ненарушенных сосняков) и только несколько обогащается за счет внедрения луговых и сорных видов.

Напочвенный покров в разных частях туристических стоянок деформируется неравномерно. Визуально достаточно хорошо выделяются три зоны вытаптывания:

- I. зона полного вытаптывания (занимает 6-30 % площади стоянок);
- II. зона умеренного вытаптывания (около 25 %);
- III. зона слабого вытаптывания (может занимать до 50 % площади стоянок).

Первая зона, как правило, расположена вблизи костра. Вторая и третья зоны образуются по мере удаления от него. В зоне полного вытаптывания живой напочвенный покров практически отсутствует (вытоптанная площадь составляет 90-100 %). Травяно-кустарничковый ярус отсутствует или представлен единичными растениями. Мохово-лишайниковый покров либо полностью выбит, либо представлен мхами, образующими тонкий (не более нескольких мм высоты) зеленый «ковер» на сплошь выбитых участках. Деревья сохраняются в небольшом количестве или отсутствуют. Подрост и подлесок отсутствуют. Сильная деградация напочвенного покрова происходит, главным образом, вблизи костра, а также у гостевых домиков и хозпостроек. Для лесных экосистем зоны характерна V стадия рекреационной дигрессии. Зона умеренного вытаптывания окаймляет зону I. Здесь развита густая тропиновая сеть, вытоптанная площадь составляет 30-80 %. Нарушения соответствуют III или IV стадиям рекреационной дигрессии. Напочвенный покров примят, на тропах выбит, но сохраняется у стволов отдельно стоящих деревьев и в разделенных тропами куртинах. Зона слабого вытаптывания (II-III стадия рекреационной дигрессии) формируется по периферии стоянки и может занимать до 30-35 % ее площади. Тропиновая сеть разрежена, тропы выбиты умеренно, покрыты листовыми мхами. Общая площадь вытоптанной поверхности составляет менее 30 %. Живой напочвенный покров сохраняется на значительной части, но местами сильно примят. Фактически данные зоны представляют собой степень концентрации троп, от редких и отдельных (III зона) к слившимся и образующим единую выбитую площадь (I зона), в той или иной степени их можно выявить на всех стоянках.

Исследование таких рекреационно-привлекательных объектов, как вершины гор и водопады, показало, что на вершине г. Кивакка сформировалась четко выраженная тропиновая сеть, охватывающая всю ее территорию. На основной смотровой площадке (у тригопункта) покров выбит умеренно, в основном только по тропам. В целом тундровые и болотные сообщества на вершине г. Кивакка находятся в удовлетворительном состоянии ввиду того, что посетители предпочитают передвигаться по скалам и плотной почве троп. Вершины гор, а именно расположенные здесь горные тундры, в связи с рекреацией требуют регулярного ботанического мониторинга, т.к. в Карелии только в районе Паанаярви встречаются растительные сообщества с такими арктическими и арктоальпийскими видами как ситник тройчатый, филлодоце голубая, лапчатка снежная и др.

Водопады Киваккаоски и Мянтыюоски являются наиболее популярными объектами парка (здесь бывает практически каждый второй посетитель). Сильная деградация живого напочвенного покрова происходит преимущественно по тропам вдоль водопадов из-за недостаточного благоустройства территории с очень

⁶ Полевая геоботаника. М., 1976. Т. 5. 320 с.

⁷ Полякова Г.А., Малышева Т.В., Флеров А.А. Антропогенное влияние на сосновые леса Подмосквы. М.: Наука, 1981. 144 с.

⁸ Дыренков С.А. Изменение лесных биогеоценозов под влиянием рекреационных нагрузок и возможности их регулирования // Рекреационное лесопользование в СССР. М.: Наука, 1983. с. 20-34.

⁹ Рысин Л. П. Рекреационные леса и проблема оптимизации рекреационного лесопользования // Рекреационное лесопользование в СССР. М.: Наука, 1983. с. 5-20.

¹⁰ Тарасов А.И. Рекреационное лесопользование. М., 1986. 176 с.

¹¹ Кравченко А.В., Кузнецов О.Л. Сосудистые растения национального парка «Паанаярви» // Труды Карельского НЦ РАН. Вып. 12. Петрозаводск, 2008. С. 45-63.

сильно пересеченным рельефом. В результате этого натаптываются обходные тропы, что увеличивает собой напочвенного покрова. Исследование троп на маршрутах показало, что их интенсивное использование посетителями особо не отражается на состоянии живого напочвенного покрова лесов парка, поскольку деформация почвы и растительности происходит только в пределах ширины тропы, при условии, что по ней удобно передвигаться. Особенного благоустройства требуют только отдельные фрагменты троп, проходящие через болотистую местность. Например, на некоторых частях склона тропа на г. Кивакку не оборудована настилами. Поэтому посетители, стараясь обойти сырые и «грязные» места, вытаптывают покров близ троп, что приводит к расширению нарушенных участков и снижает эстетическую привлекательность этого, важного для парка, рекреационного объекта.

Выводы

Основными изменениями лесов НП «Паанаярви», находящихся на сильных стадиях дигрессии (нарушенности), является резкое сокращение площади травяно-кустарничкового и мохово-лишайникового покровов (а не олуговение, как это характерно для рекреационных лесов более южных районов Карелии). При увеличении степени рекреационного воздействия проективное покрытие растительности снижается, а видовое богатство, напротив, возрастает, снижаясь лишь в сильно вытоптанной зоне. Сильная деградация живого напочвенного покрова происходит только в пределах периметра туристических стоянок. За границами стоянок и троп нарушения лесных фитоценозов практически незаметны. Это обусловлено наличием и грамотной расстановкой на каждой площадке элементов быта (избы, хозпостройки, костровище). Независимо от давности образования и расположения, стоянки несут сходные черты нарушений напочвенного покрова. В дальнейшем, при сохранении существующих режима и интенсивности использования, площадь нарушенных участков существенно увеличиваться не будет. Возможно увеличение степени деградации в пределах имеющихся площадей. Дальнейшие изменения, вероятно, будут связаны с заносом луговых и сорных видов. Следует подчеркнуть, что режим охраны парка предусматривает размещение туристов только на специально оборудованных стоянках, благодаря этому остальная территория парка не испытывает никакого антропогенного воздействия.

УДК 338.48:332.3

Харитонов Г.Н.

ПРОБЛЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ЛЕСНЫХ ЗЕМЛЯХ И ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

Статья посвящена актуальной задаче государственной поддержки туризма, которая заключается в совершенствовании механизма заключения договоров арендной платы за пользование лесными участками и определения ее величины для туристских фирм, которые разрабатывают новый турпродукт в северных районах страны.

Kharitonova G.N. The Problems in Regulation of the Tourist-Recreational Activity on the Forest Lands and the Protected Natural Areas

The article deals with the actual task of the national support of the tourism that concerns perfection of the mechanism of conclusion of the rent for use of the forest areas and evaluation of size of this rent for the tourist firms that develop new tourist product in the northern areas of a country.

Основу туристско-рекреационного потенциала в районах Крайнего Севера составляют природные рекреационные ресурсы и явления, именно они в первую очередь привлекают путешественников. На планете в высоких широтах проживает постоянно около 3 % населения мира, из них большая часть, почти 9 млн чел. – россияне. Важнейшей особенностью природных рекреационных ресурсов Крайнего Севера является их сравнительная экологическая чистота и девственность. Например, только здесь сохранились старовозрастные леса, в которых не ступала нога человека, и места непуганых птиц и рыб. Все, что видит турист вокруг себя, поражает его воображение, поэтому многие из тех, кто хотя бы один раз побывал в северных районах мира, стремятся сюда вернуться или сохраняют воспоминания на всю жизнь.

Можно с уверенностью предположить, что туры в высокоширотные районы планеты являются перспективным направлением развития туризма во всем мире. Факт постоянного роста интереса туристов к природе и условиям Крайнего Севера, Субарктики и Арктики подтверждается практикой развития туризма в северных районах Норвегии (включая архипелаг Шпицберген), Финляндии и Канады. К сожалению, большинство отечественных туристических фирм занимаются продажей туров зарубежных туристских сетей, довольствуясь примерно 5 % от стоимости тура, а не вкладывают средства в создание собственного турпродукта в северных регионах страны. Хорошим исключением является лишь Республика Карелия, которая принимает сегодня в год более 2 млн туристов. Несомненно, туристов в Карелию привлекают, прежде всего, объекты всемирного культурного наследия (Кижы, Соловки, Валаам), однако, многие туристические фирмы разработали и успешно реализуют туры, сопряженные с основными туристическими маршрутами.

В Мурманской области основными поставщиками турпродукта на экспорт являются туристические лагеря и базы, расположенные на семужных реках. Они были созданы в смутные девяностые годы предположительно на средства зарубежных инвесторов, которые продают туры для членов всемирного клуба любителей нахлыстовой рыбалки. Поэтому зарубежные спортсмены-рыбаки долгое время были основными посетителями этих лагерей. В последнее время наблюдается смена контингента туристов, среди которых стали преобладать российские состоятельные граждане, так как стоимость недельного тура (без учета снаряжения) сравнима с туристической поездкой на экзотические курорты стран юго-восточной Азии. Туристические лагеря и базы располагаются на территориях, которые были взяты в долгосрочную аренду. Первый тур кадастровой оценки земель в Мурманской области, проведенный в 2005-2006 гг. установил чрезвычайно низкую стоимость за 1 кв. м этих территорий, основываясь на факторе их удаленности от населенных пунктов. Например, кадастровая оценка 1 кв. м земельного участка, на котором расположен летний юношеский оздоровительный лагерь, в 30 км автомобильной доступности от г. Мурманска, выше в 1,5 раза кадастровой стоимости 1 кв. м площади туристического лагеря, предоставляющего услуги по рекреационной рыбалке, и находящегося в 120 км от г. Мурманска. Поэтому, почти как прежде, когда владельцы лагерей платили символическую плату за пользование рекреационной территорией администрациям муниципальных районов, низкая стоимость арендной платы остается привлекательной для бизнеса. Кроме того, существуют легитимные способы, а, вернее, «дыры» в законодательстве, с помощью которых можно не платить за аренду земельного участка. Несмотря на то, что каждый лагерь имеет свой сайт в сети «интернет», деятельность туристских лагерей, расположенных на семужных реках и на морском побережье области, окружена информационной завесой, которую не могут снять даже представители налоговой службы и Дирекции ОППТ по Мурманской области.

Кратковременный период стабилизации экономики страны (2001-2008 гг.) благоприятно сказался на развитии туристского бизнеса в Мурманской области. Одним из доказательств этого является появление на рынке фирм, которые стали инвестировать средства в создание нового турпродукта и в развитие собственной материальной базы. Как уже отмечалось, ниша по созданию туров по рекреационно-привлекательным территориям региона является сравнительно свободной, конкуренцию турфирмам в ней составляют только самостоятельные туристы и рекреанты из местного населения.

Масштабы потока самостоятельных туристов в северные районы постоянно растут, это явление фиксируют спасательные службы, в которых регистрируется часть приезжающих. Точными данными о количестве самостоятельных туристов не обладает ни один орган управления в регионе. Косвенно вывод об их росте можно сделать на основании широкого развития туристского клубного движения и величине антропогенных последствий пребывания туристов. Например, только с территории Сейдозера (государственный природный комплексный заказник регионального значения «Сейдъяввр»), работники Дирекции ОППТ по Мурманской области в 2009 г. вывезли 60 мешков мусора; в Хибинских горах мусор на полигоны ТБО вывозят самосвалами.

Самодельный или «дикий туризм» отражает специфические потребности в организации путешествия, отдыха и спортивных занятий на природе, т.е. его приверженцы стремятся находиться в условиях наиболее близких к полному отсутствию цивилизации. «Дикий туризм» является перспективным направлением туризма в мире, особенно для населения высокоурбанизированных его районов, в условиях Севера он еще и близок к экстремальным видам туризма, что делает его особенно привлекательным для молодежи. Однако занятию самостоятельным туризмом должно предшествовать достижение определенного уровня экологической культуры, внедрением которой в массы туристов и занимаются туристские любительские клубы. Высокое качество экологической культуры демонстрируют посетители норвежских национальных парков, которые по существу являются «дикими туристами», но не совершают экологических правонарушений.

К сожалению, приходится констатировать, опираясь на многочисленные факты, что не всем российским самостоятельным туристам присуще сегодня экологически ответственное поведение, а во многих случаях они нарушают природоохранное законодательство по незнанию особенностей местных экосистем и природных условий. Например, пытаются сжечь мусор, не учитывая повышенную пожарную опасность в северных лесах, или, находясь на территории охотничьих заказников, включают громкую музыку, распугивая всех охраняемых животных и птиц. Даже экологические экскурсионные тропы в государственных заповедниках, по которым под строгим присмотром их работников, проводятся нечастые экскурсии, с каждым годом эксплуатации расширяются за первоначально отведенные пределы и засоряются бытовым мусором. Поэтому развитие организованных туристских маршрутов и ориентация на них той части самостоятельных туристов, которые не относятся к категории «дикого туризма», является «меньшим злом» для рекреационных природных ресурсов северных регионов.

Несомненно, побудительным мотивом к самостоятельному туризму часто является высокая стоимость туров, предлагаемых туристическими фирмами. Например, 4-х дневное посещение полуострова Рыбачьего – самой северной части суши Российской Федерации каждому члену группы из 6 человек обойдется в 23 тыс. руб. без учета транспортных расходов до населенного пункта Мурманской области, из которого начинается маршрут; двухдневное путешествие (одна ночевка) на снегоходах по Хибинским горам и Ловозерским тунд-

рам – в 7 тыс. руб. Расходы на самостоятельную поездку на собственном джипе с личной палаткой и продовольственным пайком на полуостров Рыбачий будут в 5-4 раза меньше.

В связи с этим интерес представляют причины постоянного роста статей, составляющих стоимость тура, которые определяются туристской фирмой. В стоимость тура обычно включаются транспортный трансфер или расходы фирмы на моторное топливо, амортизацию и ремонт собственных транспортных средств; проживание в коллективных местах размещения туристов или в специально оборудованных фирмой приютах; организацию питания в арендуемых местах общественного питания или стоимость продуктов питания для самостоятельного приготовления пищи туристами; стоимость потребляемой электроэнергии и воды, забираемой из коммунальных сетей; заработную плату работников фирмы со страховыми взносами, услуги экскурсоводов на объектах туристского показа; налоги в соответствии с действующей системой налогообложения малых предприятий, арендную плату за пользование земельными участками и ряд других статей материальных и общепроизводственных затрат. Даже из простого перечисления статей расходов туристической фирмы очевидно, что большинство из них растет вне зависимости от желания фирмы.

Для фирмы, которая инвестирует средства в собственное развитие, обычно характерна стратегия временного отказа от роста прибыли с целью ее повышения в будущем. Поэтому наиболее серьезные и грамотные инвесторы для достижения стратегической цели отказываются от роста в стоимости тура доли прибыли или даже снижают ее, чтобы не потерять клиентов. Однако, именно для этих фирм, которые создают новый региональный туристический продукт, разработка новых маршрутов является сегодня экономически нецелесообразной по причине действующего порядка определения величины арендной платы за лесные земли, по которым в северных районах обычно планируются туристские маршруты.

В соответствии со ст. 41 Лесного кодекса Российской Федерации¹ для осуществления рекреационной деятельности лесные участки предоставляются государственным учреждениям, муниципальным учреждениям в постоянное (бессрочное) пользование, другим лицам – в аренду. К «другим лицам» относятся и туристские фирмы.

Граждане, в том числе и самостоятельные туристы, имеют право свободно и бесплатно пребывать в лесах и для собственных нужд осуществлять заготовку и сбор дикорастущих плодов, ягод, орехов, грибов, других пригодных для употребления в пищу лесных ресурсов (пищевых лесных ресурсов), а также недревесных лесных ресурсов.

Установление правил использования лесов для осуществления рекреационной деятельности, ставок арендной платы за единицу площади лесного участка и утверждение формы примерного договора аренды входят в полномочия органов государственной власти РФ в области лесных отношений, в связи с тем, что на территориях северных субъектов РФ подавляющее большинство лесных земель находятся в федеральной собственности. Начиная с 2007 г., федеральные органы власти передали осуществление отдельных полномочий органам государственной власти субъектов РФ в области лесных отношений, в частности, предоставление в пределах земель лесного фонда лесных участков в аренду, а также заключение договоров купли-продажи лесных насаждений, организацию и проведение соответствующих аукционов.

Существующий ныне механизм предоставления лесных участков в аренду является очень сложным и запутанным. Он регулируется Земельным, Лесным и гражданским кодексами, а также Федеральным законом «Об особо охраняемых природных территориях» и Федеральным законом от 21 июля 1997 г. N 122-ФЗ «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним», в которые постоянно вносятся изменения, не всегда согласованные с другими нормативно-правовыми актами. Поэтому даже возникает необходимость разработки методических рекомендаций, например, «об особенностях государственной регистрации прав, ограничений (обременений) прав на лесные участки и сделок с ними» для оказания практической помощи Федеральной регистрационной службе и ее территориальным органам при осуществлении государственной регистрации прав на лесные участки и сделок с ними.

В этих условиях не просто обеспечить выполнение «Порядка подготовки и заключения договора аренды лесного участка, находящегося в государственной или муниципальной собственности», который утвержден Постановлением Правительства Российской Федерации от 28 мая 2007 г. N 324 «О договоре аренды лесного участка, находящегося в государственной или муниципальной собственности», что приводит к затягиванию процесса заключения договоров аренды.

Кроме того, нет полной ясности в определении «лесного участка». Лесным участком (участком лесного фонда) является участок земли, относящийся к землям лесного фонда. Лесным может считаться участок, на котором имеются лесные насаждения, если он расположен на землях обороны и безопасности, на землях поселений или землях особо охраняемых природных территорий. К землям лесного фонда зачастую отнесены земельные участки, на которых не имеется лесных насаждений и которые используются в иных целях: как территории пляжей, баз отдыха, спортивных площадок, дворовых территорий, построек хозяйственного и иного назначения.

¹ Лесной Кодекс Российской Федерации N 200-ФЗ от 4 декабря 2006 г. (в ред. Федеральных законов от 13.05.2008 N 66-ФЗ, от 22.07.2008 N 141-ФЗ, от 22.07.2008 N 14ФЗ, от 23.07.2008 N 160-ФЗ, от 25.12.2008 N 281-ФЗ, от 14.03.2009 N 32-ФЗ, от 17.07.2009 N 164-ФЗ, от 24.07.2009 N 209-ФЗ, от 27.12.2009 N 365-ФЗ).

Не менее сложным на практике является проведение аукционов, правила которых постоянно совершенствуются. С выигравшим участником аукциона заключается договор аренды лесного участка. Заключенный на аукционе договор аренды имеет особенность – он предусматривает начало срока внесения арендной платы по истечении первых пяти лет срока договора аренды. На практике эта простая схема проведения аукционов не может быть реализована. Из северных регионов она успешно реализуется только в Республике Карелия, где разработана и приведена в соответствие с требованиями земле- и лесоустроительная документация. В большинстве других регионов не проведен государственный учет земельных участков лесного фонда (не ведется Государственный лесной реестр), не изготовлены лесохозяйственные регламенты, или отсутствует Лесной план. Без такого учета и планирования лесные участки в аренду предоставляться не могут.

Не имея установленных Лесным кодексом РФ сведений о каждом конкретном земельном участке, органы исполнительной власти субъекта Федерации не могут даже составить проект договора аренды на лесной участок, наличие которого является обязательным для организации аукциона (п. 6 ст. 79 ЛК РФ), не могут указать предмет договора со всеми существенными характеристиками лесных участков, обязанности арендатора, в том числе по проведению необходимых мероприятий по охране, защите и воспроизводству лесов.

В связи с имеющимися сложностями в оформлении договоров аренды и купли-продажи лесных земель федеральный регулятор делает уступки, например, до 1 января 2012 г. допускается предоставление гражданам, юридическим лицам лесных участков в составе земель лесного фонда без проведения государственного кадастрового учета (Федеральный закон от 04.12.2006 N 201-ФЗ).

Высокие транзакционные издержки заключения договоров аренды и прохождения процедуры аукционов за право ее заключения усугубляются порядком определения величины платы за пользование лесным участком. Ставка платы, установленная для туристско-рекреационного использования лесных земель, перемножается на протяженность маршрута и рассчитывается на срок договора. Если маршрутов несколько, то процедура повторяется для каждого маршрута. Для обеспечения рентабельности туристическая фирма должна заключить договоры аренды по нескольким маршрутам сразу, не имея представления о предстоящей доходности новых туров. Например, заключив договор аренды на год, фирма может не реализовать ни одного тура на этом лесном участке в течение года.

Постановление Правительства Российской Федерации от 16 июля 2009 г. N 582 определило основные принципы определения арендной платы при аренде земельных участков, находящихся в государственной или муниципальной собственности и правила определения арендной платы.

К основным принципам отнесены: принцип экономической обоснованности, принцип предсказуемости расчета размера арендной платы, принцип предельно допустимой простоты расчета арендной платы, принцип недопущения ухудшения экономического состояния землепользователей и принцип учета необходимости поддержки социально значимых видов деятельности.

В Постановлении перечислены все способы определения арендной платы:

- на основании кадастровой стоимости земельных участков;
- по результатам торгов (конкурсов, аукционов);
- в соответствии со ставками арендной платы, либо методическими указаниями по ее расчету, утвержденными Министерством экономического развития РФ;
- на основании рыночной стоимости земельных участков, определяемой в соответствии с законодательством РФ об оценочной деятельности.

Однако в Постановлении среди различных видов земельных участков лесные участки не упоминаются, поэтому непонятно, распространяются на них принципы определения арендной платы и правила определения ее размера, или, по-прежнему, в отношении туристических фирм будут нарушаться принцип недопущения ухудшения экономического состояния землепользователей и на них не будет распространяться принцип учета необходимости поддержки социально значимых видов деятельности.

ИЗМЕНЕНИЯ В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ С ОРИЕНТАЦИЕЙ НА ТРЕБОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИНДУСТРИИ

УДК [338.488.2:640.41]:378

Андрианова И.А.

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ ТУРИСТСКОГО ВУЗА В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

В статье рассматривается актуальный вопрос развития профессиональных интересов будущего специалиста посредством интегрального личностного образования, в основе которого лежит формирование профессиональной компетентности, повышение адаптивности и жизненной успешности специалиста. Раскрывается роль учебно-производственной практики в качестве важного этапа профессионального становления студентов по специальности «гостиничный сервис».

Andrianova I.A. The Problems in Teaching of Students at Institutes of Higher Education of the Tourist Profile (the Sphere of Hospitality)

The article presents a pedagogical sight at pressing question on education and development of professional interests of the future expert in means of the integrated personal education under-lying formation of the professional competence, increase of adaptability and vital success of the expert. The role of training practice as an important stage of professional formation and development of interests to professional work at students in the sphere of Hospitality is analyzed.

В период обучения в высшей школе закладываются основы профессионализма, формируется профессиональное мышление, приобретаются навыки профессионального мастерства.

Особенности профессиональной подготовки студентов туристского вуза в сфере гостеприимства определяются многообразием знаний и умений, которыми должен обладать высококлассный специалист. Кроме знаний по общей методологии обслуживания гостей, ему нужны знания методов производства конкретных услуг, то есть по технологии ресторанного обслуживания, по технологии обслуживания в отеле, по технологии эффективных продаж гостиничных услуг, по организации конференц-обслуживания в отеле и т.д. Необходимы также глубокие знания и навыки по использованию автоматизированных систем управления, современных технологий, обеспечивающих деятельность отеля. Обслуживание клиента сегодня требует от работника высокого профессионализма, собранности, четкости, безукоризненной вежливости и выдержки. Подготовка современного специалиста гостиничного бизнеса должна включать не только подробнейшее изучение технологии обслуживания гостей на различных участках гостиничного предприятия или знание финансовых механизмов функционирования гостиниц. Настоящий профессионал должен иметь широкое представление об отрасли в целом, ее прошлом, настоящем и будущем, логически вытекающем из первых двух составляющих.

Сегодня от специалиста в сфере гостеприимства требуются знания во многих областях, но самое главное – заинтересованность в своей работе. Специфика гостинично-ресторанного бизнеса заключается в том, что основным продуктом деятельности являются услуги, которые носят неосязаемый характер. Неосязаемость гостиничного продукта проявляется в том, что потребитель услуги, воспользовавшись ею и покидая гостиницу, ничего с собой не увозит, кроме впечатления. Неслучайно сейчас гостиницы называют «продавцами впечатлений», так как именно то впечатление, которое остается с гостем, является предпосылкой для посещения отеля в следующий раз. А впечатление, оставшееся у гостя после посещения отеля – это результат стараний персонала, их доброжелательность, внимание, вежливость и забота, это атмосфера гостеприимства, созданная стараниями работников отеля. Безусловно, только увлеченные, заинтересованные своей работой сотрудники смогут создать в отеле благоприятную доброжелательную обстановку.

Уровень подготовки специалиста определяется не только его личными качествами, но и организацией обучающего процесса. Безусловно, в профессиональной подготовке специалистов большое значение имеет связь учебного процесса в вузе с организацией практики на предприятиях индустрии гостеприимства.

Учебно-производственная практика не только обеспечивает образование и воспитание, но и включает студентов в активную творческую деятельность. Одной из главных функций учебно-производственной практики в системе высшего образования можно назвать воспитание увлеченности предметом той деятельности, которую студент выбрал как профессию¹.

Учебно-производственная практика является школой социальной и профессиональной адаптации к стрессовым ситуациям в жизни современного общества, знакомства со средствами туризма и гостеприимства, которые облегчают профессиональную подготовку молодежи. Учебно-производственная практика носит

¹ Васильев В.В. Практическая подготовка менеджеров туризма в системе высшего образования / В.В. Васильев: Монография. – М.: Наука, 2002. – с. 49.

творческий, поисковый, развивающий характер, в ее основе лежит общение, студент включается в профессиональную деятельность, в процессе которой он может научиться самостоятельно извлекать знания и закреплять теорию, освоенную в вузе практическим опытом.

Для обеспечения результативности и качества учебно-производственной практики руководителю-педагогу необходимо правильно спланировать и организовать ход практического обучения, уделяя внимание следующим моментам психолого-педагогических процессов²:

- Устранение у студентов чувства страха перед ошибкой. Необходимо не наказывать, не отчитывать за ошибки, а объяснять, раскрывать их сущность. Поняв ошибку, студент сможет самостоятельно исправить ее, превращая минус в плюс. Чем больше ошибок будет самостоятельно исправлено в процессе учебно-производственной практики, тем меньше их будет сделано в последующей профессиональной деятельности.

- Выработка собственного мнения в самых различных сферах. Необходимо только следить за тем, чтобы высказывая любое мнение, даже самое фантастическое, студент учился его аргументировано отстаивать.

- Выявление и развитие у студентов нестандартного мышления. Необходимо научить смотреть на то же, на что смотрят другие, но видеть то, что другие не видят.

- Воспитание уверенности в себе, в собственных силах, вырабатываемое в период прохождения учебно-производственной практики благодаря правилам, которые диктует системный подход.

- Индивидуализация воспитательно-образовательного процесса учебно-производственной практики.

Таким образом, учебно-производственная практика является весьма значимым и важным этапом профессионального становления и развития интересов к профессиональной деятельности у студентов.

Учитывая специфику сферы гостеприимства, особое значение приобретает практическое обучение, погружение в деятельность. В связи с этим предоставляется актуальным изучение и обоснование методов развития профессиональных интересов будущего специалиста как интегрального личностного образования, лежащего в основе профессиональной компетентности, повышения адаптивности и жизненной успешности специалиста.

В настоящее время формирование профессиональной личности студентов осуществляется в основном, в контролируемом учебном плане учебном процессе. Формирование профессионала осуществляется во всех видах деятельности, в том числе и внеучебной и досуговой, но этим разделам уделяется недостаточно внимания. Следовательно, необходимо создать такую модель подготовки студентов туристского вуза в сфере гостеприимства, которая позволила бы развивать их профессиональные интересы за счет:

- введения в содержание учебных материалов элективных курсов личностной и познавательной направленности;

- проведения максимально возможного количества практических занятий;

- использования лабораторного обучения;

- грамотного планирования и сопровождения учебно-производственной практики;

- замены репродуктивных методов на продуктивные, проблемно-исследовательские;

- организации внеучебной и досуговой деятельности (конкурсов, викторин);

- применения эффективных способов развития творческих способностей в процессе профессионального становления;

- ориентации на личностные ценности, потребности.

Таким образом, профессиональная подготовка специалистов в сфере туризма и гостеприимства в современной России является весьма актуальной педагогической проблемой. Высшее образование сегодня должно быть ориентировано на формирование личности, востребованной на рынке труда, процесс профессиональной подготовки должен адекватно отражать содержание профессиональной деятельности. Современные требования к специалистам в сфере гостеприимства – это не только знания, умения и навыки, но и личностные качества, способность организовывать свою деятельность, продуктивно мыслить, совершенствоваться, непрерывно развиваться.

Литература

Зимняя И.А. Педагогическая психология / И.А. Зимняя: Учебник для вузов [Текст] / Изд. Второе, доп., испр. и перераб. – М.: Университетская книга, Логос, 2008. – 384 с.

Лагусев Ю.М. Воспитательный процесс в туристском профессиональном образовании / Ю.М. Лагусев: Монография. – М.: Советский спорт, 2000. – 272 с.

Новиков А.М. Методология образования / А.М. Новиков – М.: Эгвес, 2002. – 320 с.

² Там же, с. 45.

МОДЕРНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ С ОРИЕНТАЦИЕЙ НА ТРЕБОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Модернизация системы подготовки кадров с ориентацией на требования современного развития туризма заключается в использовании в процессе обучения документальных материалов индустрии гостеприимства, изучении технологии производственной работы и организации документооборота в отрасли. На взгляд автора, обучение делопроизводству следует выделить в отдельный модуль или несколько практических занятий в связи с конкретным типом предприятия индустрии гостеприимства.

Bajburova O.R. Modernization of the Professional Training System with Orientation to Requirements of Modern Development of Tourism

Modernization of the professional training system with orientation to requirements of modern development of tourism consists in use of (in the course of training) the documentary materials of the industry of hospitality, studying of technology of industrial work and the document circulation organization in branch. Office-work should allocate training in the separate module or some practical training and to adhere them to each concrete type of the enterprise of the industry of hospitality since one of characteristic features of the competitive enterprise of this sphere is as much as possible fast reaction to inquiries and complaints of clients, lightning information interchange with company branches, the main office, suppliers and firms partners.

Состояние современного туристического бизнеса отличается широким использованием современных технических средств и интенсивным документооборотом при помощи Интернет. Проведя анализ рутинных операций в туристических фирмах и гостиницах, мы пришли к выводу.

Многие сотрудники испытывают сложности в составлении деловых писем, как на русском, так и на иностранных языках. Это объясняется тем, что большинство персонала, работающего в индустрии гостеприимства, имеет экономическое или техническое образование, и не всегда в состоянии грамотно сформулировать проблему и использовать необходимый деловой стиль переписки. Всему этому учат в лингвистических вузах и практически не уделяют внимание в экономических. Согласно учебному плану в РЭА им. Г.В. Плеханова студентам специальности 060800 «Экономика и управление на предприятии. Гостиничное, ресторанное и туристическое хозяйство» преподается дисциплина «Документирование управленческой деятельностью» из цикла общепрофессиональных дисциплин. На лекции выделяется 16 часов, а на практические занятия 20. За это время студенты знакомятся с основными видами деловой документации, но для успешной работы в турфирме, гостинице или ресторане необходимо уметь составлять документы согласно производственному процессу. Причем делать это не только на родном языке, но и на иностранном. В связи с этим кафедрой иностранных языков делового общения был разработан модуль по деловой переписке в индустрии гостеприимства и туризма.

Письмо

Любая гостиница или турфирма ведет обширную деловую переписку. Документооборот внутри компании предполагает составление следующих видов документов: memo, e-mail, report, plan of actions, job description and identification. В работе с клиентами и поставщиками используются такие документы как letter of inquiry, request, confirmation, letter of apology. В ходе всего обучения в институте студенты самостоятельно составляют все виды документов.

Мы полагаем, что обучение делопроизводству следует выделить в отдельный модуль или несколько практических занятий и привязать их к каждому конкретному типу предприятия индустрии гостеприимства – гостинице, ресторану, турфирме. По мере знакомства с работой каждого отдела отеля следует ознакомить студентов с реальными документами, используемыми в отрасли. Студенты должны по аналогии составить свои образцы документов и хранить их в папке деловой корреспонденции. В качестве контроля качества приобретенного навыка предлагаем провести итоговое занятие в компьютерном классе, чтобы каждый студент мог в максимально ограниченное время составить и напечатать определенные виды документов. Это позволит проверить теоретическую подготовку студентов и их способность работать в условиях максимально приближенным к реальным. Из обозначенных проблем они должны будут выбрать наиболее важные, и в порядке приоритета послать подтверждение, запрос, отчет, ответ на жалобу гостя, заявку на поставку, оповещение сотрудников или иной вид документа в зависимости от ситуации. Такой вид работы выявит наиболее подготовленных в теоретическом плане студентов и покажет, насколько они обладают такими качествами как стрессоустойчивость, находчивость, умение планировать свою работу и работу подчиненных.

Чтение

Этот вид языковой деятельности занимает не самое большое место в работе сотрудника индустрии гостеприимства. Большая часть времени тратится на непосредственное общение с клиентом. Документы и текущие материалы, с которыми сталкивается сотрудник каждый день, требуют молниеносного анализа и принятия решений. Все входящие документы должны быть распределены по соответствующим отделам и подразделениям предприятия. В связи с этим каждый сотрудник должен в целом представлять структуру компании и знать, куда отправить соответствующую корреспонденцию. В каждом подразделении документы необходимо хранить в соответствующих файлах и папках, как в электронном, так и в печатном виде.

При изучении работы каждого подразделения компании, студентам предлагается практическое задание по классификации и дальнейшему распределению входящих и исходящих документов. Для отработки навыка работы с большим количеством разнообразных документов следует разработать ролевые игры для каждого подразделения отеля, ресторана, турфирмы. Приведем пример одной из них. Студент получает роль сотрудника отдела размещения. Ему предлагается разобрать поступившую почту и составить план действий за 30 мин.

Поступившая корреспонденция в отдел бронирования будет включать в себя следующие документы:

1. два запроса на размещение;
2. одно письмо, в котором говорится о проблемах, возникших с предоставлением визы одному из предполагаемых гостей;
3. предложение от одной крупной компании на предоставление большого количества ночевек ежегодно по корпоративной цене;
4. один отказ от брони;
5. один перенос срока пребывания;
6. одна жалоба на качество обслуживания в номерах;
7. одна благодарность за проведение банкета в ресторане отеля;
8. один запрос о потерянной вещи в бассейне отеля.

Студент должен быстро ознакомиться со всеми документами и написать, в какие подразделения гостиницы следует передать соответствующую информацию, и какие данные предоставить сотрудникам своего отдела для ввода в базу данных по бронированию и т.д. Контроль за выполнением работы студентов может осуществляться как в устной, так и в письменной форме. Для проверки правильности действий студента в данной ролевой игре потребуются консультации представителя индустрии гостеприимства или кафедры гостиничного и туристического бизнеса.

Модернизация системы подготовки кадров с ориентацией на требования современного развития туризма заключается в том, чтобы использовать в процессе обучения современные материалы индустрии гостеприимства, знать технологию производственной работы, и в данном случае – документооборот в отрасли. Основываясь на этих знаниях и имея опыт работы в индустрии гостеприимства, преподаватели могут составлять современные программы и методические пособия, использовать их в учебном процессе. В РЭА им. Г.В. Плеханова разработка подобных методик и пособий осуществляется на базе кафедры гостиничного и туристического бизнеса и кафедры иностранных языков делового общения. Преподаватели, работающие в этом направлении, имеют опыт работы в отрасли и проходили стажировки в иностранных школах гостиничного бизнеса. Кафедра также активно привлекает к разработке пособий, игровых практикумов и ролевых игр работодателей из отрасли.

Полагаем, что программы подготовки кадров для туризма должны быть скорректированы в сторону большей практической направленности и должны готовить студентов к работе в отрасли, основываясь на современных требованиях к работнику индустрии гостеприимства.

УДК 338.48:378:651.9(571.66)

Емельянов А.М.

ПРОБЛЕМА ПОДГОТОВКИ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ КАДРОВ ДЛЯ РАБОТЫ В СФЕРЕ ТУРИЗМА: ОПЫТ КАМЧАТСКОГО КРАЯ

Статья посвящена проблеме подготовки переводческих кадров для сферы туризма и сервиса в Камчатском крае. Основываясь на собственном опыте преподавания специальных дисциплин туристического цикла в вузах г. Петропавловска-Камчатского, а также на опыте работы в туристических компаниях в качестве переводчика, автор выделяет наиболее актуальные проблемы, связанные с подготовкой переводческих кадров для индустрии туризма и сервиса на Камчатке и намечает конкретные пути их решения.

Emelianov A.M. The Problem in Teaching of Interpreters for Work in the Tourism Sphere: the Experience of the Kamchatka Krai

The report is devoted to a problem of teaching of interpreters for work in the sphere of tourism and services in the Kamchatka Krai. Based on own experience of teaching of special disciplines of the tourist direction at institutes of higher education in Petropavlovsk-Kamchatsky, and on the work experience in the tourist firms as an interpreter, the author marks out more urgent problems connected with training of interpreters for the industry of the tourism and services in the Kamchatka Krai and outlines specific ways for their solving.

Развитие туризма на Камчатке ставит перед необходимостью подготовки специалистов – профессионалов в самых различных областях. Работа большинства туристических компаний ориентирована на привлечение клиентов из-за рубежа, и приток иностранных туристов на полуостров растет с каждым годом. В связи с этим увеличивается потребность в подготовке высококвалифицированных переводчиков, специализирующихся на устном и письменном переводе в сфере туризма и сервиса.

Одной из самых насущных проблем является подготовка переводческих кадров для работы в туризме. Уже давно прошли времена «полудикого» туризма, когда иностранцев на Камчатку приглашали по неофициальным или полуофициальным каналам, а на роль переводчика мог претендовать каждый мало-мальски владеющий иностранным языком (пусть даже на самом невысоком уровне). Сегодня, когда туристические компании стремятся установить прочные международные связи, становится все более и более очевидной необходимость подготовки высокопрофессиональных специалистов в совершенстве владеющих иностранным языком и специально обученных для работы в индустрии туризма. Общеизвестно: для того, чтобы переводить тексты на какую-то специфическую тематику, нужно не только знать язык, но еще и хорошо ориентироваться в данной области знаний. Для работы в сфере туризма на Камчатке переводчику необходимо владеть информацией (и соответствующей лексикой) по истории, географии, геологии и сейсмологии, этнографии, морскому делу, рыбной промышленности и т.п. – без всего этого просто невозможно рассказать иностранным гостям об особенностях нашего уникального края! Кроме того, для работы в туристической компании необходимо владеть специальной лексикой в области экономики, юриспруденции, бухгалтерского учета, менеджмента, уметь вести деловую переписку.

Во время работы с туристическими группами переводчику по долгу службы приходится становиться участником бесед на самые разнообразные и порой неожиданные темы. Но даже для овладения языком на бытовом уровне требуется знание мельчайших нюансов, о которых зачастую ничего не написано в учебниках, а на занятиях в школе и в вузе не говорится не слова. Только неграмотные и недалекие люди могут утверждать, что навыки разговорной речи можно приобрести без особых усилий: достаточно лишь находиться в языковой среде. Это мнение следует считать глубоко ошибочным. В литературе по лингвистике и психологии описаны случаи, когда люди, прожив по десять и более лет в соответствующей среде, так и не овладевают языком, вследствие чего испытывают непреодолимые трудности при установлении контактов – об этом, в частности, свидетельствует опыт эмигрантов из России и бывшего СССР в США, Германии, Израиле и других странах.

Приведенные доводы более чем красноречиво свидетельствуют: для работы переводчиком в сфере туризма необходимо получить специальную подготовку. Где ее можно получить? Какие структуры должны заниматься этой работой?

Обучение студентов по специальности «Перевод и переводоведение» ведется в двух учебных заведениях: Камчатском государственном университете имени Витуса Беринга (КамГУ) и Камчатском государственном техническом университете (КГТУ). Специализация переводчиков для работы в сфере туризма не осуществляется ни в одном из названных вузов. Попытки читать соответствующие спецкурсы по английскому языку предпринимались в КамГУ на факультете дополнительного образования, разработка таких курсов по немецкому и французскому языкам находится в стадии становления. Следует констатировать, что вузы Петропавловска не располагают достаточной базой для подготовки переводчиков, ориентированных на работу в туризме. На Камчатке почти нет литературы по соответствующим темам, ощущается явная нехватка педагогических кадров (в особенности преподавателей немецкого и французского языков), а методическое обеспечение преподавания дисциплин дополнительной специализации в области туризма и сервиса представляет собой отдельную сложную проблему для решения которой потребуется не один год.

Возникает сложная ситуация: потребность в специалистах растет, а вузы оказываются не в состоянии ее удовлетворить. Одним из возможных выходов представляется организация краткосрочных (от 6 месяцев до 1 года) переводческих курсов¹. Слушателями таких курсов могли бы стать люди, имеющие филологическое образование, владеющие иностранными языками и желающие получить специализацию в области туризма. В число преподаваемых предметов помимо дисциплин собственно «переводческого» цикла необходимо включить и ряд специальных дисциплин. Например, весьма небесполезными представляются такие курсы лекций, как «История и география Камчатки», «Традиционная культура народов Камчатки». Нелишним для будущих переводчиков было бы прослушать лекционные курсы по актуальным проблемам развития туристического бизнеса в России и в мире, экономике и менеджменту в сфере туризма и т.п.

По окончании таких курсов должны проводиться экзамены, по результатам которых выписывается специальный сертификат. На последнем моменте хотелось бы остановиться более подробно. Во-первых, путешествия по Камчатке сопряжены с целым рядом трудностей и опасностей, и поэтому переводчик, который находится с туристами на протяжении всего маршрута, несет ответственность за их жизнь и здоровье. Во-вторых, сертификат должен стать своего рода гарантией качества подготовки переводчика. Каждый год с началом сезона перед руководителями камчатских турфирм остро встает проблема подбора квалифицированных кадров. Нередко поиск переводчиков начинается лишь тогда, когда до прибытия иностранцев остались считанные часы. Довольно часто возникают ситуации, когда, например, возникает срочная необходимость заменить непосредственно на маршруте переводчика, который неожиданно заболел или стал жертвой несчастного случая. И поиск подходящей кандидатуры оказывается сложнейшей, порой неразрешимой задачей. Зачастую на работу в качестве пере-

¹ В конце 1990-х гг. подобные курсы проводились на базе ООО «Камчатинтур». К организации и проведению занятий привлекались даже носители иностранных языков – английского, немецкого, японского. К сожалению, работа в этом направлении была прервана из-за проблем финансового и организационного характера. В настоящее время предпринимаются попытки организации связанных с туризмом специальных курсов на базе факультета дополнительного образования КамГУ.

водчика принимаются неподготовленные люди, не владеющие в должной мере иностранным языком и неспособные справиться даже с самыми элементарными обязанностями. Представляется, что введение сертификата значительно облегчило бы решение проблемы подбора переводческих кадров. Необходимым шагом представляется в таком случае создание базы данных, которая включала бы информацию о сертифицированных переводчиках (возраст, образование, владение иностранными языками, опыт работы и т.п.). Созданием и обновлением такой базы данных могло бы заниматься Агентство по туризму краевой администрации.

В-третьих, введение обязательной сертификации позволило бы решить такую острую и деликатную проблему, как оплата переводческого труда. В сферу туризма приходят переводчики с самым разным уровнем языковой подготовки: от едва владеющих языком студентов – до людей с большим переводческим и преподавательским опытом, свободно говорящих на нескольких языках. Стремление к непрерывному самообразованию и профессиональному росту можно и даже нужно стимулировать материально. Есть, мягко говоря, некоторая несправедливость в том, что опытные переводчики за свою работу получают ту же самую сумму, что и не имеющие опыта студенты (многие из которых, кстати, имеют удовлетворительную оценку по языку). Человек, профессионально владеющий двумя и более языками, должен (на основании соответствующего сертификата) получать достойное вознаграждение за свой труд. Необходимо поощрять людей, владеющих редкими для Камчатки языками (например, испанским, итальянским, польским, чешским). Студенты, не имеющие опыта и не получившие соответствующего сертификата, могли бы привлекаться к работе в качестве стажеров-практикантов (в скобках отметим, что таким образом может быть решена проблема организации профессиональной практики студентов, обучающихся по специальности «Перевод и переводоведение»).

Продолжая тему подготовки переводческих кадров, следует обратить внимание на еще один немаловажный момент. Многие руководители туристических фирм, к сожалению, до сих пор разделяют ничем не обоснованное мнение о том, что существует только один язык – английский, которым владеют все без исключения иностранцы. Статистика показывает, что среди приезжающих на Камчатку туристов носители английского языка находятся в явном меньшинстве. Подавляющее же большинство туристов составляют граждане Германии, Австрии, Франции, Бельгии, Швейцарии, родными языками которых являются немецкий и французский. На основании сказанного можно сделать вывод, что именно изучение немецкого и французского языков должно стать приоритетным направлением подготовки переводческих кадров в сфере туризма и сервиса. Большинство приезжающих на Камчатку немцев и французов – это люди старше 55 лет, получившие образование в ту эпоху, когда английский язык еще не приобрел статуса международного. Среди европейцев этой возрастной группы свободно владеют английским немногие – как правило, те, кому знание этого языка необходимо в силу специфики их работы. Нередко встречаются группы, в которых все без исключения туристы говорят только по-немецки или только по-французски.

Автору этих строк неоднократно приходилось наблюдать такую картину: во время, например, экскурсии в музее переводчик переводит слова экскурсовода на английский, а один из участников группы переводит с английского на немецкий или французский для остальных туристов. И такие эпизоды, увы, нередки.

Общение на усредненном английском, который не является родным ни для одной из сторон, становится чисто формальным и эмоционально выхолощенным. Неспроста многие иностранные туристы жалуются на то, что переводчикам не удается установить полноценного контакта с группой. Отсутствие профессиональных переводчиков с наиболее распространенных и востребованных языков подрывает репутацию туристических фирм, а также становится серьезным препятствием для дальнейшего развития туризма на Камчатке.

Ситуация, сложившаяся на сегодняшний день в сфере туризма, развеяла еще один миф, который, однако, до сих пор сохраняет прочные позиции в сознании как рядовых граждан, так и разного рода руководителей, особенно в сфере образования. Многие люди считают, что живя на Дальнем Востоке, следует в первую очередь овладеть языками соседних государств – Китая, Японии, Кореи. Среди студентов факультета иностранных языков Камчатского государственного педагогического университета большинство студентов выбирают в качестве второго языка японский (китайский и корейский). Анализ ситуации на рынке труда показывает, что реальная потребность в переводчиках с этих языков является очень и очень незначительной. Студенты, учившиеся на отделении восточных языков, по специальности не работают; многие из них забывают восточный язык через 2-3 года после окончания вуза.

Приток туристов из Европы, который будет с каждым годом увеличиваться, (все крупные туристические компании Камчатки ориентированы в первую очередь на сотрудничество с Германией и Францией), рано или поздно приведет к пересмотру стратегии подготовки переводческих кадров в соответствии с реальным спросом на рынке труда. Будет расти потребность в людях, владеющих немецким и французским языками и ориентированных на работу в сфере туризма. Изучение этих языков должно стать приоритетным направлением лингвистического образования на Камчатке.

Резюмируя сказанное, можно сделать неутешительный вывод: качество переводческих услуг в сфере туризма на Камчатке в настоящий момент является неудовлетворительным. Это связано с целым рядом сложнейших проблем, главными из которых является невозможность обеспечить подготовку переводческих кадров на должном уровне. В качестве возможных мер по улучшению ситуации могут быть предложены следующие:

1. организация специальных переводческих курсов и введение обязательной сертификации переводчиков;

2. создание всеобщей базы данных, включающей информацию о сертифицированных переводчиках (возраст, образование, владение иностранными языками и т.п.);

3. постепенное введение специализации по работе в сфере туризма и сервиса в вузах, осуществляющих подготовку переводчиков;

4. переориентация всей сферы лингвистического образования на подготовку специалистов, свободно владеющих немецким и французским языками.

УДК 316.334:37,371:351.851,374.02

Дусенко С.В.

ИННОВАЦИИ В ПОДГОТОВКЕ И ПОВЫШЕНИИ КВАЛИФИКАЦИИ КАДРОВ ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

В статье рассматривается проблема кадрового обеспечения в туризме и гостеприимстве; обосновывается актуальность создания и функционирования центров подготовки и повышения квалификации кадров для сферы туризма и гостеприимства в регионах.

Dusenko S.V. The Innovations in Teaching and the Advance Training for Spheres of Tourism and Hospitality

The problem of staffing in spheres of tourism and hospitality is analyzed in the article. The actuality of creation and functioning of teaching centres and the advance training centres for the sphere of tourism and hospitality in regions is given prove as well.

Требования к повышению качества подготовки специалистов для сферы туризма и гостеприимства, к оптимизации учебного процесса предопределили необходимость поиска инновационных форм и методов обучения.

В связи с повышением требований к качеству подготовки специалистов и реструктуризацией системы высшего профессионального образования обостряется конкуренция между вузами, особенно эта конкуренция заметна между профильными вузами. В период обострения демографической ситуации, с учетом современных тенденций на рынке труда (появление новых профессий, а в рамках существующих профессий – появление новых компетенций), следует рассматривать дополнительное профессиональное образование как приоритетное направление развития высшего учебного заведения. Чтобы оставаться сегодня конкурентоспособным, специалист должен периодически возвращаться в систему образования с целью обновления своих знаний и приобретения новых умений и навыков.

Система дополнительного образования в регионе должна решать следующие стратегические задачи:

- повышать престиж рабочей профессии;
- обеспечивать внедрение образовательных программ, ориентированных на формирование профессиональных компетенций в соответствии с требованиями региона;
- в системе начального и среднего профессионального образования открывать новые специальности с учетом потребностей регионального рынка труда;
- в условиях непрерывного образования моделировать условия, активизирующие инновационный личностный потенциал в учебной деятельности;
- создавать систему поддержки непрерывного профессионального образования;
- организовывать систему профессиональной ориентации с учетом потребностей региона.

В январе 2010 г. в структуре объема платных услуг населению продолжали преобладать транспортные, жилищно-коммунальные услуги и услуги связи (67,9 % от общего объема), туристские составили 4,2 млрд руб. (1,2 %) и санаторно-оздоровительные 3,6 млрд руб. (1,0 %).

Вклад сферы туризма России в ВВП в 2009 г. составил 1,1 % (или 6,2 % с учётом сопутствующих отраслей). Для сравнения, в мире аналогичные показатели составляют 3,2 и 6,2 % соответственно.

Относительно занятости населения в сфере туризма официальные цифры выглядят менее оптимистично. Так в 2009 г. непосредственно в сфере туризма было занято 662 тыс. чел. (0,9 % трудоспособного населения), а включая сопутствующие отрасли, занятость составила 3794 тыс. чел. (4,4 %). Среднемировое значение сегодня составляет 2,7 % и (4,9 % соответственно).

По данным Минобрнауки России, процент подготовки кадров в учреждениях начального профессионального образования в общей структуре подготовки в учреждениях профессионального образования вырос с 22,9 % в 2008 г. до 23,5 % в 2009 г. Несколько снизился процент подготовки кадров в учреждениях высшего профессионального образования с 51,6 % в 2008 г. до 51 % в 2009 г., а в учреждениях среднего профессионального образования – остался на уровне 2008 г. и составил 25,5 %¹.

По данным Госкомстата России численность экономически активного населения в январе 2010 г. составила 74,6 млн чел. (более 52 % от общей численности населения страны), в их числе 67,7 млн чел. (90,8 % экономически активного населения) были заняты в различных отраслях экономики и 6,8 млн чел. (9,2 %) не

¹ <http://mon.gov.ru/ruk/dir/remorenko/dok/5107/> (Дата обращения: 25.12.2008 г.).

имели занятия, но активно его искали (в соответствии с методологией Международной Организации Труда они классифицируются как «безработные»).

Численность экономически активного населения в апреле 2010 г. составила 75 млн чел. (около 53 % от общей численности населения страны), в их числе 68,9 млн чел. классифицировались как занятые экономической деятельностью и 6,1 млн чел. – как безработные с применением критериев МОТ. По сравнению с мартом 2010 г. численность занятого населения увеличилась на 623 тыс. чел., или на 0,9 %, численность безработных сократилась на 278 тыс. чел., или на 4,3 %².

На одной из встреч с главой Минздравсоцразвития Татьяной Голиковой Президент Дмитрий Медведев поставил ее ведомству задачу – «...не ослаблять внимание к ситуации на рынке труда и продолжать реализацию программ по переобучению кадров.

Нужно работать с регионами, всячески мотивировать региональных руководителей на то, чтобы они этим занимались в ежедневном режиме», – отметил Президент Российской Федерации³.

В Послании Президента Федеральному собранию также отмечается значимость и актуальность кадровой проблемы: «...Сегодня профессиональное образование не имеет устойчивой связи с рынком труда. Более половины выпускников вузов не находят работу по специальности. ... При этом по сравнению с советским периодом почти утроился прием в вузы, и число поступающих в них фактически сравнялось с числом выпускников средних школ. ...И при таком количестве дипломированных специалистов сохраняется дефицит квалифицированных кадров... Результативность реформ в сфере образования сегодня следует измерять по показателям качества образования, его доступности и его соответствия потребностям рынка труда. Следует стремиться к тому, чтобы большинство выпускников работало по специальности. Речь, разумеется, не о возврате к директивному распределению, а о прогнозировании потребностей государства в необходимых ему специалистах...»⁴.

Государство ведет целенаправленную работу по модернизации системы образования, которая становится приоритетной в основных политических документах с 2000 г.:

- Программа развития РФ (на период до 2020 г.);
- Концепция модернизации российского образования на период до 2010 г.;
- Изменения в федеральных законах «Об образовании» и «О высшем и послевузовском профессиональном образовании».

Для построения национальной инновационной системы необходима институциональная модернизация вузовского сектора науки и образования. В приложении к приказу Рособнадзора от 30.09.2005 г. № 1938 указано, что «под инновационными методами в высшем профессиональном образовании подразумеваются методы, основанные на использовании современных достижений науки и информационных технологий в образовании. Они направлены на повышение качества подготовки путем развития у студентов творческих способностей и самостоятельности».

В этой связи возникает необходимость в создании системы непрерывного повышения квалификации кадров и для сферы туризма.

В решении заседания совместной коллегии Федерального агентства по образованию и Федерального агентства по туризму от 29 мая 2008 г. «О совместной работе Рособразования и Ростуризма в сфере подготовки кадров для индустрии туризма и сервиса» отмечено:

1. Содействовать созданию на базе Российского государственного университета туризма и сервиса (РГУТиСа) постоянно действующей структуры для проведения мониторинга, прогнозирования и планирования подготовки кадров для туризма и сервиса.

2. Разработать перечень программ повышения квалификации преподавательского состава вузов.

3. Принять участие в разработке предложений по дополнению и изменению Перечня направлений подготовки и профилей профессионального образования для туризма.

В связи с этим на базе РГУТиСа создан Ресурсный центр подготовки и повышения квалификации кадров для индустрии туризма и сервиса. В качестве основных задач можно выделить следующие:

- Повышение качества образовательного процесса в подготовке кадров для сферы туризма и сервиса.
- Привлечение к образовательному процессу ведущих российских и зарубежных ученых, профессорско-преподавательского состава, представителей туристского бизнеса.
- Создание условий для формирования и реализации крупных комплексных программ и проектов в сфере туризма.
- Создание единой информационной образовательной среды сферы туризма.
- Совершенствование единой системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров по профессиональным образовательным программам различных уровней.
- Организация межрегиональных связей при решении проблем в области образования.
- Развитие международных связей при подготовке специалистов для индустрии туризма.

² http://www.gks.ru/wps/portal/!ut/p/.cmd/cs/.ce/7_0_A/.s/7_0_8PH/_th/J_0_LV/.s.7_0_A/7_0_86R/_me/7_0_7UL-7_0_86J-7_0_7UJ-7_0_A/.s.7_0_A/7_0_8PH# (Дата обращения: 04.06.2010 г.).

³ <http://news.kremlin.ru/news/7439> (Дата обращения: 12.04.2010 г.).

⁴ <http://www.kremlin.ru/transcripts/5979> (Дата обращения: 12.11.2009 г.).

В соответствии с решаемыми задачами, основной деятельностью Ресурсного центра является:

- информационно-аналитическая и учебно-методическая поддержка региональных центров дополнительного образования;
- расширение международного сотрудничества с образовательными учреждениями зарубежных стран;
- повышение квалификации кадров для сферы туризма и оказание консультационных услуг;
- повышение квалификации преподавателей (тьюторов) для сферы туризма;
- создание программ повышения квалификации, включая организацию новых методов обучения и дистанционные образовательные технологии, ориентированных на получение работниками новых компетенций, направленных на повышение производительности труда;
- реализация комплексных социально-значимых проектов и программ, направленных на повышение престижа профессий в сфере туризма.

А создание Ресурсного центра позволит:

- установлению тесных контактов с образовательными учреждениями региона,
- повышению мотивации преподавателей региональных образовательных учреждений к достижению нового качества обучения,
- обеспечить баланс между образовательными услугами и потребностями регионального рынка труда;
- формированию системы целевой подготовки кадров для сферы туризма;
- организации и повышению конкурентоспособности предприятий сферы туризма и сервиса в регионе на основе создания и совершенствования системы непрерывной переподготовки и повышения квалификации кадров;
- повышению инвестиционной привлекательности регионов и развитию современной туристской инфраструктуры.

В соответствии с целью создания системы непрерывного повышения квалификации кадров в РГУТиС создана сеть региональных центров дополнительного профессионального образования, аффилированных с Ресурсным центром для сферы туризма. И, прежде всего, на базе филиалов университета (всего 17 филиалов).

Ресурсный центр объединяет региональные центры дополнительного профессионального образования. Основными задачами центров в регионах являются:

- организация и проведение повышения квалификации кадров для сферы туризма и сервиса;
- удовлетворение потребностей слушателей в получении новых знаний в области туризма и сервиса,
- изучение передового отечественного и зарубежного опыта организации бизнеса в сфере туризма и сервиса;
- учебно-методическое обеспечение учебного процесса;
- учёт региональной потребности в профессиональных кадрах.

Следует отметить и экономичность этого образовательного проекта, а именно, рациональный минимум затрат: не требуется строительства новых площадей для организации учебного процесса, не требуется привлечения значительных бюджетных средств и предусматриваются источники финансирования: бюджетные средства; средства предприятий сферы туризма.

Мы видим перспективы достаточно быстрого решения проблем переподготовки кадров через создание региональных центров, которые позволят установить тесные контакты с образовательными учреждениями региона, позволят работодателям сократить затраты на подбор и подготовку персонала, а также будут мотивировать преподавателей к профессиональному росту и пр.

Следует отметить ряд проблем, возникающих, например, при обучении персонала собственными силами на предприятиях туризма:

- отсутствие соответствующих программ повышения квалификации и возможности их адаптации к конкретным условиям региона и организации;
- недостаточное количество и качество внутренних тренеров;
- отсутствие опыта подобной деятельности.

На основе интеграции федеральных и региональных материально-технологических, интеллектуальных и финансовых ресурсов создание единой информационной образовательной среды в сфере туризма открывает доступ к образовательным ресурсам, возрастет мобильность слушателей, получит новый импульс обучение, построенное по модульному принципу, дистанционное образование.

Работодатели и работники хотят как можно скорее получить отдачу от затрат, вложенных в образование. На сегодняшний день существует огромная конкуренция среди поставщиков образовательных услуг; их цель – предоставить возможность получать знания в любом месте, в любой момент, т.е. «мобильное учение» – вид обучения, когда учащийся не обязан находиться в аудитории, а может самостоятельно выбирать способ обучения, используя преимущества, которые предоставляют современные технологии⁵.

В последние годы сформировалась устойчивая общемировая тенденция модернизации образовательных программ на основе компетентностной модели выпускника. Не так много стран-участниц Болонского

⁵ <http://www.scotland.gov.uk/Publications/2004/09/19908/42706> (Дата обращения: 04.06.2010 г.).

процесса создали, или существенно продвинулись в создании образовательных систем на основе этого подхода. К ним в первую очередь относятся Бельгия, Дания, Венгрия, Ирландия, Италия, Республика Словакия, Испания, Швеция и Великобритания⁶.

Необходимость формирования и реализации инновационных образовательных программ для сферы туризма продиктована целым рядом фактов современного рынка труда:

- возникновением новых технологий и модернизацией производства;
- появлением в рамках существующих профессий новых компетенций;
- появлением на рынке труда новых профессий;
- повышением требований к уровню подготовки в рамках профессии.

Базовыми требованиями к содержанию дополнительных профессиональных образовательных программ являются:

- соответствие квалификационным требованиям к профессиям и должностям;
- преемственность по отношению к государственным образовательным стандартам высшего и среднего профессионального образования;
- ориентация на современные образовательные технологии и средства обучения;
- совместимость программ дополнительного профессионального образования по видам и срокам;
- соответствие учебной нагрузки слушателей нормативам;
- соответствие принятым правилам оформления программ;
- соответствие содержания программ видам дополнительного профессионального образования.

При формировании программ повышения квалификации кадров для сферы туризма профессорско-преподавательским составом университета были использованы следующие подходы:

- Программы имеют выраженный клиентоориентированный характер и направлены на формирование компетенций.
- Использование инновационных методик и технологий в обучении.
- Максимальная индивидуализация программ.
- Методика и содержательная часть программ адаптирована к современной ситуации на рынке труда, отличается достаточной гибкостью и вариативностью.

В итоге сегодня существует около трех десятков программ, которые формируют основу методической базы профессионального обучения. Предлагаемые программы успешно прошли апробацию и общественно-профессиональную экспертизу, что подтверждает их статус и профессиональную значимость. Совершенно очевидно, что необходимость в реализации программ повышения квалификации кадров продиктована современным состоянием рынка труда, который отличается повышенными требованиями к квалификации кадрового потенциала сферы сервиса и туризма.

В РГУТиСе ведутся работы на следующих образовательных уровнях:

- внутривидовые инновации, реализуемые внутри учебных курсов, переход на новые методы или освоение авторских педагогических технологий;
- общеметодические инновации – внедрение в педагогическую практику не только традиционных, но и инновационных педагогических технологий.

РГУТиС организовал повышение квалификации профессорско-преподавательского состава по программе «Современные технологии организации гостиничного бизнеса», по которой успешно прошли подготовку 20 преподавателей.

Вместе с тем проблема перехода на новую модель высшего профессионального образования в сфере туризма не ограничивается учетом вышеперечисленных факторов, а еще и усложняется необходимостью многоуровневого согласования ряда задач:

На межгосударственном уровне – отработка и согласование моделей на предмет соответствия Национальным Рамкам Квалификаций с мета-структурами.

На уровне образовательного учреждения высшего профессионального образования – системная реализация стратегических и оперативных преобразований учебного процесса на основе ресурсного подхода.

На уровне структурного подразделения вуза (творческого коллектива) – создание и совершенствование информационно-методического обеспечения перехода на компетентностную модель, включая разработку практикоориентированных программ.

Практикоориентированные программы дадут возможность объективно оценивать результаты и ход образовательного процесса, а также формировать требования к учебному процессу в соответствии с запросом работодателей.

Такое обучение может проводиться с отрывом и без отрыва от производства, в случаях, когда:

- работнику сферы туризма необходимо повысить квалификацию;
- необходимо повысить квалификацию преподавателю (тьютору);
- потенциальный работник не имеет профессии;

⁶ Sir Peter Scott, Vice Chancellor, Kingston University, UK; 5th EUA Convention, Prague, March 18-21, 2009.

– работника необходимо профессионально переориентировать на получение новой профессии, востребованной на рынке труда;

– работнику, подлежащему высвобождению с предприятий и организаций в связи с временной приостановкой деятельности при сокращении объемов (приостановке) производства.

Примером такой адаптивной к современным социально-экономическим условиям в регионе программы является программа повышения квалификации кадров «Технологии и организация гостиничных услуг» для директоров, управляющих и администраторов гостиниц, санаториев, пансионатов, баз отдыха, детских оздоровительных лагерей и других средств размещения, которая была успешно реализована в г. Сочи.

Основными задачами программы является оказание помощи руководителям гостиниц и других средств размещения в повышении уровня загрузки номерного фонда на основе формирования конкурентоспособного гостиничного продукта, увеличения прибыли предприятия и повышении лояльности клиентов.

Продолжительность программы – 72 часа.

Темы семинара:

- Современные технологии в организации обслуживания гостей в средствах размещения.
- Эффективность гостиничного предприятия.
- Безопасность в средствах размещения – обязательное условие и основа успешного бизнеса.
- Дополнительные и сопутствующие услуги в средствах размещения.
- Основные нормативно-правовые документы, регламентирующие гостиничную деятельность.
- Стандарты обслуживания в средствах размещения.
- Программы повышения квалификации кадров гостиничной сферы.
- Программы повышения квалификации преподавателей (тьюторов) гостиничной сферы.

Мы видим быстрое решение проблемы в регионе – сегодня существует внутрифирменное обучение, а мы предлагаем объединиться, данные региональные Центры легко перепрофилируются под задачи.

Подводя итог, следует отметить, что формат реализации данных программ предусматривает встроенность инновационных образовательных программ в региональные программы развития профессионального образования, которые являются частью программ социально-экономического развития региона.

УДК [338.48+640.41]:378

Конев И.П.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ МОДУЛИ ПО ФОРМИРОВАНИЮ ИННОВАЦИОННОГО МЫШЛЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

В современной высшей школе профессионального образования бизнес-образование является сферой эффективного применения модульного обучения. Автор раскрывает его роль в формировании инновационного мышления обучающихся в процессе подготовки специалистов туриндустрии.

Konev I.P. The Educational Modules on Forming of the Innovation Thinking of Specialists in the Sphere of Tourism and Hospitality

The business-education is the sphere of effective application of the modular training in the modern high school of professional education. The author reveals a role of training in forming of the innovation thinking of the tourist industry specialists teaching during the training process.

Специфика работы менеджеров в туризме и гостеприимстве в современных условиях требует существенным образом изменить процесс их подготовки в высших учебных заведениях. Речь идет, в частности, об использовании разнообразных методов обучения, гибкости преподавания, учете состава аудитории, состояния духа и реакций, способности воспринимать тот или другой материал. От преподавателей требуется применение импровизаций в учебном процессе, максимальное приближение студентов к реальным ситуациям и принятию адекватных управленческих решений. Важнейшим недостатком в становлении бизнес-образования является то, что медленно идёт определение его целей, специфики форм и методов.

В современной высшей школе профессионального образования бизнес-образование является сферой эффективного применения модульного обучения: именно оно в наибольшей степени отвечает задачам управленческого образования. Образовательные модули в контексте междисциплинарных связей оказывают содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Современные обучающие программы с использованием форм дистанционного образования развивают такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умению четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

В отличие от традиционного обучения при модульном студент вначале знакомится с учебно-методическим комплексом учебной дисциплины, где сформулированы совокупность основных целей под-

готовки будущего профессионала и эталоны их достижения, на которые должен ориентироваться студент. Задачи формулируются в деятельностном аспекте и предъявляются студентам в начале обучения в виде маршрутного листа модуля и отражаются в учебно-тематическом плане УМКД (учебно-методическом комплексе). Студент может сам выбрать средства обучения, а также технические средства коммуникации (просмотр фильма, чтение электронного учебника и т.д.). В первую очередь формулируются задачи обучения, затем строится контроль, только после этого готовится учебный материал, помогающий студенту решить поставленные задачи. Акцептируется учебная деятельность студента, индивидуализированное учение с обязательным результатом-научением. *Позиция студента* – активная, самостоятельная. Обучение по модулям идет в удобное для студентов время и зависит от индивидуальных потребностей. В некотором смысле этот метод оказывает содействие формированию личностных свойств. Он формирует чувство уверенности в себе, способствует преодолению излишней боязливости или избыточной самоуверенности. Обучающимся предъявляются задачи, они знакомятся с критериями оценки. Контрольные задания составляются с целью определить уровень усвоения, закрепить усвоенное, диагностировать трудности. Проводится эталонный контроль (по критериям результативности обучения) в современной компьютерной технологии на базе принятой в Европе Moodle или лицензированной в ПетрГУ webct.ru. Небольшой объем модуля, включающий в себя информационный блок взаимосвязанный с методическим и оценочным блоками, обеспечивает немедленный контроль и коррекцию уровня усвоения.

Преподаватель получает обратную связь о степени достижения цели студентом первоначально через электронную почту о выполнении задания и может скорректировать обучающий процесс в режиме чата. Идея структурирования учебного и практического материала обучающей программы реализуется при модульной технологии не только на уровне целей, но и на уровне содержания учебного материала в модульных программах, модулях и учебных элементах. Структура целей определяет структуру учебного материала в каждом конкретном модуле. Входной контроль выполняет дидактическую функцию пропуска в модуль через актуализацию тех опорных знаний, умений и навыков, которые необходимы для усвоения данного модуля. Контрольные тесты (задачи, практические операционные задания) должны быть снабжены указателем, отсылающим студента к тому учебному материалу, который необходим для успешного выполнения данного теста. Входной контроль предполагает учет предыдущих междисциплинарных связей (преемственность учебного материала). По форме входной контроль может быть словесным, текстовым, тестовым и т.п. Выходной контроль выполняет следующие функции: а) обучающая; б) контролирующая; в) обратной связи. Формы выходного контроля варьируются в зависимости от полного, сокращенного или углубленного вариантов модуля. Основной функцией теоретического блока и блока генерализации является конечное обобщение содержания модуля путем сжатия информации и представления ее в удобном для запоминания виде. Этот блок может быть представлен в тех же формах, что и блок обобщения, как правило, в виде презентаций, для формирования навыков публичного выступления.

Наиболее успешные предприниматели – это суперактивные люди, которые отличаются не только высокой скоростью деловой жизни, но и ведением её на нескольких этажах, в нескольких системах, по нескольким векторам, что увеличивает роль таких методов обучения, которые приводят к ментальным переменам, активизируют жизнедеятельность обучаемых, повышают её эффективность. Деятельность современного предпринимателя является принципиально ситуационной, т.е. характеризуется тем, что определяется ситуациями, которые формируются и развиваются на рынке капитала, труда, товаров и услуг. Особенность этих проблемных ситуаций заключается не только в том, что они способны быстро изменяться под воздействием рыночной конъюнктуры, но и в том, что они характеризуются полиструктурностью и полифункциональностью, находятся в зависимости от активности действующих субъектов, что требует от специалиста в сфере услуг гостеприимства мыслить самостоятельно и разнопланово, всегда иметь альтернативные способы (схемы) решения проблем. Не менее важно и то, что для предпринимателя принципиально важны не только знания, но и ценности.

Таким образом, можно сформулировать основные задачи инновационного подхода в бизнес-образовании, которые заключаются в следующем:

- обретение студентами необходимого системного комплекса профессиональных знаний;
- подготовка энергичных специалистов, ориентированных на успех;
- поощрение конструктивного и критического мышления;
- ознакомление обучаемых с практической деятельностью предприятий;
- получение студентами практических навыков (принятие решений, наблюдение, анализа ситуаций) и развитие способностей (лидерских, коммуникационных), которые потребуются им в дальнейшей карьере;
- наращивание и активизация человеческого, интеллектуального и социального капиталов;
- формирование системы профессиональных, общечеловеческих, моральных, культурных и иных ценностей.

ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЁРСТВА В ТУРИСТСКОМ ОБРАЗОВАНИИ

В статье анализируется состояние социального партнёрства в туристском образовании и приводится опыт реализации практико-ориентированного подхода в обучении студентов.

Krylov S.Y. Innovative aspects of social partnership in tourism education

The article examines the state of social partnership in the tourism education and provides experience in implementation of practice-oriented approach in teaching students.

В последнее время довольно часто, обсуждая актуальные вопросы подготовки кадров для сферы туризма, мы говорим о необходимости широкого социального партнёрства в решение этой важнейшей проблемы.

Необходимость широкого социального партнерства в образовании вытекает из современных теоретических взглядов на образование, которое рассматривается как один из ведущих социальных институтов, тесно связанный с основными сферами социума – экономикой, социальной структурой, культурой и политикой.

Для России проблема социального партнёрства в образовании имеет значительно большее значение, чем для Запада, где она успешно решается уже не одно десятилетие. Из-за огромных различий в экономике, культуре, социальной сфере отдельных регионов России, различной степени развитости региональных рынков труда государство просто не в состоянии учесть эти особенности при реализации своей политики. Эти различия вынуждают вовлекать в решение актуальных задач подготовки кадров не только бизнес-сообщество, но и разнообразные институты гражданского общества.

Необходимость социального партнерства в образовании обусловлена и интересами субъектов образовательной политики, главными из которых являются государство, работодатели и население.

Интересы государства мы находим в массе нормативных и программных документов, выпущенных в последние годы Правительством РФ, Минобрнауки РФ, Рособразованием и Рособрнадзором.

Интересы работодателей всем хорошо известны. Это стремление получить квалифицированного специалиста, готового быстро адаптироваться к новым условиям труда, к новым технологиям, умеющего быстро обучаться и т.д.

Интересы населения достаточно четко определены социологическими исследованиями последних лет. Наиболее сильной тенденцией является получение детьми высшего образования (88-90 % респондентов), менее выраженной – предпочтение высокого качества образования.

Кстати, и работодатели все больше стараются набирать даже на низкоквалифицированные должности людей с высшим образованием.

Но, в настоящее время, игнорирование интересов основных субъектов образовательной политики (учащихся и их семей, профессионального сообщества преподавателей и работодателей), отстранение их от участия в процессе принятия стратегических решений ведет к возникновению тех трудностей, сложностей и неудач, с которыми сталкивается государство при реализации своих двух основных образовательных проектов последних лет: ЕГЭ и вхождение в Болонский процесс с переходом на двухуровневую систему образования.

Система образования не может быть переведена в новое качество без учета интересов всех субъектов образовательной политики, включая институты гражданского общества.

Сегодня уже недостаточно простого участия работодателей в разработке федеральных государственных образовательных стандартов (ФГОС), в предоставлении баз для производственной практики студентов, в проведении отдельных учебных занятий. Речь должна идти о развитии социального партнерства в профессиональном образовании как особом типе взаимодействия образовательных учреждений с субъектами и институтами рынка, региональными органами законодательной и исполнительной власти, региональными службами занятости, общественными организациями, нацеленном на максимальное согласование и реализацию интересов всех участников этого процесса.

К чести туристической индустрии вопросы социального партнерства в сфере подготовки кадров здесь решаются намного успешнее, чем в целом по стране. Как известно, в 2005 г. совместным приказом Федерального агентства по образованию и Федерального агентства по туризму был создан Межведомственный экспертный совет по подготовке кадров для сферы туризма, который объединил руководителей ведущих туристских компаний и гостиниц, основных туристских вузов и ссузов.

Планом мероприятий по реализации Стратегии развития туризма в РФ на период до 2015 г. также предусмотрен ряд мероприятий по взаимодействию Ростуризма и Минобрнауки, включая разработку новых профессиональных стандартов, новых образовательных стандартов, внедрение системы рейтинговой оценки профильных туристских учебных заведений с целью обеспечения потребителей достоверной информацией о состоянии рынка образовательных услуг в сфере туризма.

Вместе с тем, по нашему мнению, становление системы социального партнерства в туристском образовании идет очень медленно: даже упоминавшиеся мероприятия по Плану Стратегии развития туризма рассчитаны до 2015 г. Ждать, когда государство в лице соответствующих министерств и ведомств будет строить эту систему, значит еще на многие годы оставить туристское образование практически в прежнем состоянии.

Необходимы инициативы снизу, и в этом плане довольно солидный опыт накоплен Балтийской академией туризма и предпринимательства (БАТиП). Академия активнейшим образом взаимодействует с работодателями (более 130 партнеров), с Российским союзом туриндустрии, Национальной академией туризма, Законодательным собранием Санкт-Петербурга, Управлением по туризму Комитета по инвестициям и стратегическим проектам, Торгово-промышленными палатами России и Санкт-Петербурга.

Сегодня с полным основанием можно говорить о том, что на уровне Санкт-Петербурга как субъекта федерации заложены основы системы социального партнерства в туристском образовании. И Балтийская академия туризма и предпринимательства видит свою задачу в том, чтобы наращивать эту систему, привлекая новых партнеров и расширяя круг решаемых задач.

В интересах обеспечения высокого качества подготовки специалистов в качестве основополагающей инновационной образовательной технологии в рамках социального партнерства мы рассматривали тесное и взаимовыгодное сотрудничество с работодателями.

Благодаря объединению усилий кафедр вуза и руководителей ведущих предприятий туриндустрии, были сформированы современные подходы к содержанию туристского образования и определены общие требования к уровню и качеству подготовки высококвалифицированных кадров новой формации для туристской индустрии в изменившихся социально-экономических условиях (рис. 1).

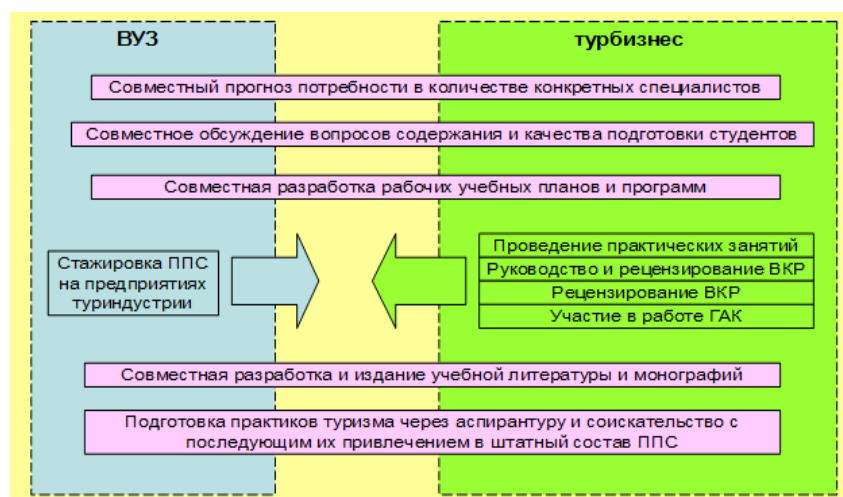


Рис. 1. Основы взаимодействия с предприятиями туриндустрии

Из широкого спектра направлений сотрудничества с работодателями назовем только основные, те, которые стали органической частью повседневной деятельности академии:

- проведение совместных научных исследований, разработка программ и проектов развития туризма;
- разработка и издание преподавателями академии в соавторстве с практиками туризма учебной литературы и монографий;
- привлечение к образовательному процессу практических работников туриндустрии в качестве штатных преподавателей и совместителей;
- проведение регулярных круглых столов руководящего, профессорско-преподавательского состава академии с руководителями туристских предприятий по обсуждению вопросов содержания и качества подготовки студентов;
- привлечение к работе в качестве председателей и членов Государственных аттестационных комиссий руководителей крупных туристских компаний, ассоциаций, представителей туристской администрации Санкт-Петербурга и Ленинградской области;
- включение представителей от работодателей в состав ученого и попечительского советов;
- разработка дипломных работ и проектов студентами академии по тематике, формируемой представителями турбизнеса и профильными комитетами администраций города и области;
- ежегодное проведение совместных международных научно-практических конференций и круглых столов, посвященных актуальным проблемам развития туризма;
- проведение выездных расширенных заседаний ученого совета академии на базе предприятий туриндустрии (отелей, крупных фирм, санаториев, турбаз, спортивно-оздоровительных учреждений) с

обсуждением вопросов подготовки кадров, открытия новых специальностей и специализаций;

– подготовка ученых и педагогов из числа практиков туризма через аспирантуру, соискательство и диссертационный совет академии с целью дальнейшего использования их в образовательной деятельности.

Велика заинтересованность в социальном партнерстве и самих работодателей, что объясняется острой конкуренцией на рынке туристских, гостиничных и ресторанных услуг, буквально толкающей предприятия к вузам, особенно к тем, где хороший инновационный климат, где разрабатываются и применяются современные образовательные и бизнес-технологии.

Первоначально академия открыла отдельные выпускающие кафедры и их филиалы на ведущих предприятиях сферы туриндустрии, гостеприимства и санаторно-курортного комплекса. Это был только первый шаг (рис. 2).

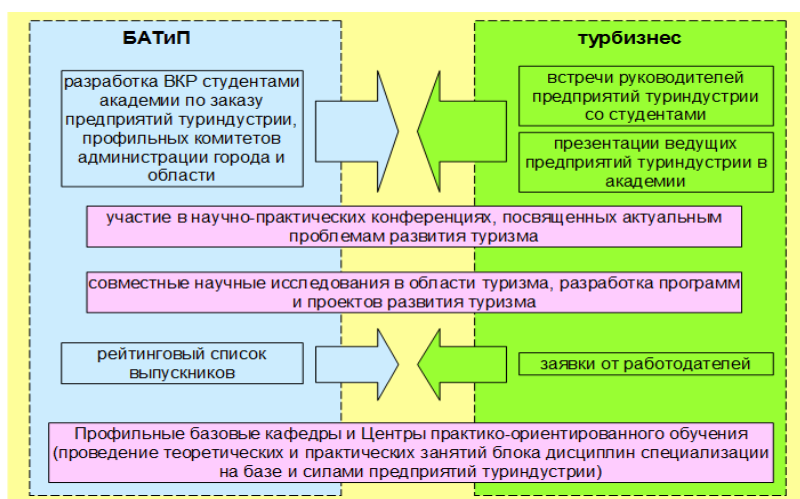


Рис. 2. Основы взаимодействия БАТиП с предприятиями туриндустрии

Затем в структуре Балтийской академии туризма и предпринимательства были созданы и уже второй год успешно работают два новых подразделения: Инновационный центр практико-ориентированного обучения (на базе бизнес отеля «Маршал») и Экспериментальный центр практической подготовки студентов (на базе Ассоциации малых гостиниц Санкт-Петербурга) (рис. 3).

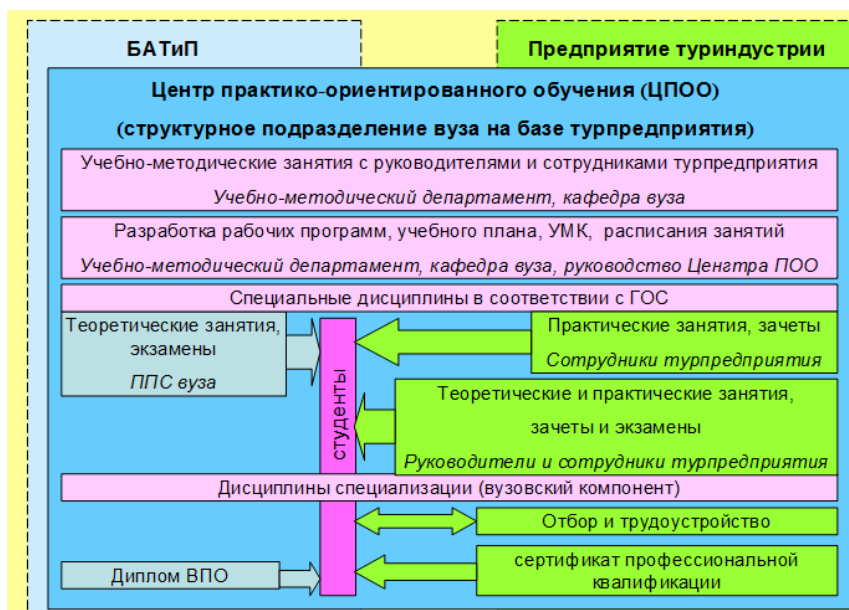


Рис. 3. Элементы системы практико-ориентированного обучения

Главной целью при этом являлось создание технологий, предусматривающих организационный перенос изучения дисциплин специализаций по гостиничному делу и осуществление профессионально-ориентированной деятельности студентов в условия реальной работы отеля. В результате использования та-

кой формы интеграции образования и практической деятельности появилась реальная возможность обновления образовательных программ, постоянной актуализации содержания профессиональной подготовки студентов академии и модернизации образовательных технологий в соответствии с процессом развития современной науки и передовых туристских и гостиничных технологий. При этом академия реально повышает качество подготовки своих выпускников, а отели не только обеспечивают себя молодым пополнением, но и сами трансформируются в современную форму обучающей и обучаемой организации, что бесспорно повышает их конкурентоспособность.

Говоря об основных проблемах становления системы социального партнерства, хотелось бы еще раз подчеркнуть необходимость широкого участия институтов гражданского общества в решении задач реформирования туристского образования и, в первую очередь, путем общественного регулирования образования, т.е. с использованием механизмов общественно-профессиональной аккредитации вузов и образовательных программ, а также публичного оценивания учебных заведений, где ведущая роль принадлежит рейтингованию (ранжированию).

Общественно-профессиональная аккредитация в отличие от государственной, выполняющей, в большей степени, функцию контроля, имеет своей целью способствованию совершенствованию образования и его дальнейшему развитию.

Федеральные органы управления образованием в лице Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки, осуществляя в соответствии с действующим законодательством контроль за деятельностью образовательных учреждений через лицензирование и государственную аккредитацию, выносят решение о соответствии или несоответствии содержания предлагаемых профессиональных образовательных программ и уровня подготовки выпускников требованиям государственных стандартов. Выполняя эту важную функцию, федеральные органы управления образованием выступают гарантами соответствия уровня предоставляемых вузами образовательных услуг минимально допустимому уровню профессионального образования.

Гарантировать же повышенный, элитарный уровень той или иной образовательной программы конкретного вуза может только общественно-профессиональная аккредитация, представляющая собой признание обществом значительных достижений вуза в подготовке специалистов и проведении научных исследований. Такая оценка должна осуществляться специальными независимыми аккредитационными структурами, которые создаются различными общественными сообществами.

01 февраля 2010 г. на совещании по вопросам совершенствования контрольно-надзорных и разрешительных функций и оптимизации представления государственных услуг в сфере образования премьер-министр РФ Владимир Путин сказал: «Система аккредитации должна быть компактной по срокам и прозрачной. При этом следует учитывать и международную практику, в том числе надо широко привлекать к аккредитации общественные организации, профессиональные объединения и работодателей, использовать электронные технологии и возможности сети интернет».

Создание общероссийской системы общественно-профессиональной аккредитации по всем направлениям подготовки специалистов, позволит на основе формирования новых механизмов участия представителей работодателей, профессиональных ассоциаций и образовательного сообщества в процессе независимой экспертизы качества высшего образования определить те высшие учебные заведения, в которых качество подготовки по определенной специальности или по направлению подготовки находится на самом высоком уровне и соответствует требованиям работодателей и мировым стандартам. Аккредитованная таким образом специальность в конкретном вузе может и должна далее получить нострификацию в аккредитационных центрах экономически развитых стран (в противном случае не будут реализованы в полном объеме положения Болонского процесса и Копенгагенской декларации, что приведет к изоляции российской системы образования от международной системы образования и существенно понизит положение России в рейтинге стран, конкурентоспособных на международном рынке образовательных услуг).

В настоящее время по согласованию с Рособрнадзором Ассоциация инженерного образования России ведёт работу по развитию национальной системы общественно-профессиональной аккредитации образовательных программ в области техники и технологий.

В прошлом году Президент РФ Медведев Д.А. издал указ «О мерах по совершенствованию высшего юридического образования в РФ», где поручил правительству оказать содействие Ассоциации юристов России в разработке и внедрении механизма общественной аккредитации государственных и негосударственных вузов, готовящих юридические кадры.

Ростуризм, который давно и плодотворно взаимодействует с Минобрнауки РФ (с бывшим Рособразованием), к сожалению, делает в этом направлении очень робкие шаги. Как уже говорилось, в Стратегии развития туризма в РФ на период до 2015 г. предусмотрено только внедрение системы рейтинговой оценки профильных учебных заведений, являющейся одним из элементов (хотя очень важным) системы общественно-профессиональной аккредитации. Но даже этот элемент не однозначно воспринимается сегодня работодателями по опыту БАТиП, которая уже несколько раз пыталась построить рей-

тинг туристских вузов Санкт-Петербурга и столкнулась с тем, что половина опрошенных работодателей отказывались ранжировать вузы.

Мы сожалеем, что еще далеко не все работодатели понимают важную роль рейтинга вузов, который во всем мире является важнейшей составляющей национальных систем общественно-профессиональной оценки качества подготовки специалистов и методом трансляции определенных ценностей в сфере образования. Рейтинг, в первую очередь, нужен работодателям, т.к. позволит им рекрутировать выпускников вузов-лидеров, а также населению, потому что поможет абитуриентам и их семьям сориентироваться при выборе вуза на основании потребностей рынка труда. Вместе с тем, в нем заинтересованы и нормальные вузы. Сегодня на рынке нет независимой информации о том, где учат действительно хорошо, а где делают вид, что учат.

Даже в Санкт-Петербурге по данным проведенных исследований сегодня 29 вузов в той или иной степени готовят специалистов для сферы туризма и гостеприимства. Главным образом – это неспециализированные образовательные учреждения, где туризм не является основным профилем их деятельности. И хотя среди них есть и известные ведущие государственные вузы, но при этом они являются вузами экономического, технического, гуманитарного, педагогического, транспортного, физкультурного и других профилей. И поэтому подготовка кадров для туристской индустрии в них ведется в лучшем случае в рамках факультета (Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет и Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики), а в основном – при наличии одной кафедры, где туризм часто не является единственным её направлением. В этих условиях очень трудно наладить прочные связи с туристскими предприятиями, если нарушены контакты с производственной сферой даже по профилю основной деятельности вуза.

В туризме на сегодняшний день работает значительное число общественных и профессиональных объединений, которые могут взять на себя функцию создания и развития системы общественно-профессиональной аккредитации образовательных программ в области туризма и туристских вузов. Среди них Российский союз туриндустрии (РСТ), Ассоциация туроператоров России (АТОР), Российская гостиничная ассоциация (РГА), Национальная курортная ассоциация (НКА), Национальная академия туризма (НАТ) и другие.

УДК 378

Крюкова В.А.
Виноградова Ю.С.

ДЕЛОВАЯ ИГРА КАК СОВРЕМЕННЫЙ СПОСОБ АКТИВИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ ТУРИСТСКОГО ВУЗА

В статье исследуется проблема необходимости внедрения в образовательный процесс инновационных методик и технологий, даётся характеристика понятия «активные методы обучения», их классификация, подробно описывается методика проведения деловой игры «Travel with me!».

Kryukova V.A., Vinogradova Y.S. The Business Game as the Modern Way to Activation of Training of Students at the Institute of Higher Education of the Tourist Profile

The article is aimed to analysis of a problem of need in implementation of the innovation methods and technologies into the educational process. The characteristic of a term «the active methods of training», their classifications are given. The method of the business game «Travel with me!» is described in detail.

На сегодняшний день существует серьёзный разрыв между потребностями работодателей к кадрам и качеством подготовки, которое обеспечивает высшее образование. Остро ощущается необходимость внедрения инновационных подходов в образовании. Старые методы уже не актуальны в современном обществе, на смену им приходят новые, «нетрадиционные» подходы к преподаванию, которые называют активными методами обучения. Ранее в процессе обучения студент выступал в роли объекта в процессе обучения, получая готовые знания посредством лекции. В настоящее время от выпускника вуза требуется мобильность, быстрота принятия решений в нестандартных ситуациях. В этом случае традиционная лекционно-семинарская форма обучения не выполняет поставленных задач. В связи с этим возникает необходимость внедрения инновационных технологий и методик, которые позволяют включить студента в образовательный процесс в роли субъекта, где он имеет возможность двустороннего взаимодействия не только со студентами, но и с преподавателями, активно участвуя в познавательном процессе, выполняя различные проблемно-поисковые задания.

Под активными методами обучения в педагогической литературе принято понимать совокупность различных методик: ролевые игры, настольные игры, компьютерные имитации или симуляторы, а также деловые игры. Существенным преимуществом данных методов является их способность активизи-

ровать мыслительную и познавательную деятельность, усилить и углубить учебный процесс в целом¹. Значительную роль в становлении и развитии активных методов обучения в теории и практике сыграли исследования М.М. Бирштейн, Т.П. Тимофеевского, И.М. Сыроежкина, С.Р. Гидрович, В.И. Рабальского, Р.Ф. Жукова, В.Н. Буркова, Б.Н. Христенко, А.М. Смолкина, А.А. Вербицкого, В.М. Ефимова, В.Ф. Комарова, И.Я. Лернера, М.Н. Скаткина, Г.И. Щукиной и т.д. Учёные по-разному классифицируют активные методы обучения, взяв за основу те или иные признаки. Рассмотрим классификацию, предложенную А.М. Смолкиным². Все методы обучения автор разделил на две большие группы:

- имитационные методы, построенные на подражании профессиональной деятельности;
- неимитационные методы, связанные с активизацией внимания студентов во время лекции.

В свою очередь, имитационные методы делятся на две группы: игровые и неигровые.

Схематично данная классификация представлена в таблице 1.

Таблица 1

Классификация активных методов обучения по А.М. Смолкину

Активные методы обучения		
Неимитационные	Имитационные	
	игровые	неигровые
<ul style="list-style-type: none"> • проблемная лекция, лекция вдвоём, лекция с заранее запланированными ошибками, лекция пресс-конференция; • эвристическая беседа; • поисковая лабораторная работа; • учебная дискуссия; • самостоятельная работа с литературой; • семинары; • дискуссии. 	<ul style="list-style-type: none"> • деловая игра; • педагогические ситуации; • педагогические задачи; • ситуация инсценирования различной деятельности. 	<ul style="list-style-type: none"> • коллективная мыслительная деятельность; • ТРИЗ работа.

Одним из наиболее эффективных методов являются игровые методы обучения. По словам Т.С. Паниной и Л.Н. Вавиловой, «игра как метод обучения взрослых даёт возможность:

1. сформировать мотивацию на обучение (и поэтому может быть эффективна на начальной стадии обучения);
2. оценить уровень подготовленности слушателей (и для этого может быть использована как на начальной стадии обучения – для входного контроля, так и на стадии завершения – для итогового контроля эффективности обучения);
3. оценить степень овладения материалом и перевести его из пассивного состояния – знания в активное – умение (и поэтому может быть эффективна в качестве метода практической отработки навыка сразу после обсуждения теоретического материала);
4. получить участникам собственный опыт учебно-игровой деятельности, отработать умение проектировать и организовывать обучающие игры;
5. активизировать самообразование слушателей;
6. формировать плюрализм мнений и действий, многовариантность мыслительных операций, интерес к более эффективному построению профессиональной деятельности;
7. развивать индивидуальное профессиональное мышление, умение анализировать и прогнозировать³.

Особое место среди игровых методов обучения занимают деловые игры, которые являются средством моделирования разнообразных условий профессиональной деятельности (включая экстремальные) методом поиска новых способов ее выполнения⁴.

Деловая игра – это, прежде всего, упрощённое воспроизведение рабочего процесса. Перед игроками стоят задачи, которые могут возникнуть в реальной жизни сотрудника какой-либо организации. Задачи могут быть самыми разными, в зависимости от деятельности участников. Например, в педагогическом вузе студенты будут решать задачи, связанные с профессиональной деятельностью учителя, в строительном – совершенно другая направленность. В связи с этим при подготовке к проведению деловой игры на первый план выходит постановка цели, после чего создается сюжет, определяются процедуры, прописываются роли, разрабатываются системы оценки действий игроков, подсчета набранных очков, составляется регламент игры.

Авторами статьи разработана деловая игра для студентов туристского вуза на английском языке с целью отработки языковых навыков профессиональной лексики и навыков профессиональной деятельности в области туроперейтинга, работы туристских агентств. Как известно, знание английского языка является неотъемлемой частью подготовки высококвалифицированных специалистов в области туризма и гостеприимства. Деловая игра направлена на отработку навыков устного и письменного общения в контексте как будущей

¹ Квартальнов А.В. Профессиональная подготовка менеджеров туристско-спортивного оперейтинга. М., 2004. С. 178.

² Смолкин А.М. Методы активного обучения. М., 1991. С. 30.

³ Панина Т.С., Вавилова Л.Н. Современные способы активизации обучения. М., 2006. С.68.

⁴ «ПСИ-ФАКТОР» – центр практической психологии [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://psyfactor.org/personal5.htm>

профессиональной коммуникации, так и непосредственного общения с иноязычными партнерами и клиентами в России и за рубежом.

Методика проведения деловой игры «Travel with me!»

Деловая игра позволяет совместить в себе следующие предметы: английский язык, деятельность туристских агентств, туроперейтинг, рекламную деятельность туристских фирм.

Цель:

- обучить навыкам эффективной коммуникации на английском языке в различных условиях общения;
- обучить навыкам работы турагентств и туроперейтинга;
- отработать лексику по теме «туризм и гостеприимство».

Задачи:

- Образовательные: закрепление и совершенствование навыков владения английским языком. Овладение навыками разработки туристских маршрутов. Ознакомление с работой туристских агентств.
- Развивающие: развитие лингвистических способностей учащихся и их познавательной самостоятельности; развитие творческих способностей; формирование основного понятийного аппарата.
- Воспитательные: воспитание интереса к английскому языку и деятельности турагентств.

Оборудование: стойки, рекламные материалы, бланки путёвок.

Деловая игра включает в себя 2 этапа: самостоятельная работа студентов и аудиторное практическое занятие (4 часа).

Самостоятельная работа студентов выполняется на английском языке. Каждой группе, состоящей из 5 человек, даётся задание:

- организовать туристскую фирму;
- разработать собственный туристский маршрут;
- рассчитать стоимость (установить лимит стоимость);
- продумать рекламную акцию своего проекта.

Команда. Каждая команда состоит из 5 человек. Внутри команды распределяются должности: директор (1 участник) – курирует весь процесс и несёт ответственность за каждого участника, менеджер по туризму (2 участника) – разрабатывают тур, PR менеджер (2 участника) – разрабатывают рекламную кампанию тура.

Продают тур во время игры все участники команды.

Тренеры. Преподаватели следующих дисциплин: английский язык, деятельность туристских агентств, туроперейтинг и др. профильных предметов. Тренеры консультируют участников только во время самостоятельной подготовки.

Судьи. Преподаватели, которые не являются тренерами. Судьи ведут протокол игры. По окончании игры они собирают бюллетени и подсчитывают результат игры.

В ходе игры приобретаются следующие навыки: логическое мышление, способность работать в команде, уверенность в себе, способность сконцентрироваться на сути проблемы.

Ход игры. В процессе проведения деловой игры моделируются ситуации практической деятельности турагентств, студенты осуществляют основные этапы продажи туристской путёвки.

1. Студенты – участники (далее продавцы) оформляют стойки своих турагентств: плакаты, буклеты, брошюры. Обязательное наличие вывески с названием своего агентства, бейджи с именами.

2. Открытие игры. Запускаются студенты – участники (остальные студенты, кто не участвовал в разработке туров, покупатели).

3. Объявляется тема, план игры, цели и условия её проведения.

4. Покупателям выдаются талоны, дающие право на покупку одного тура.

5. Презентация туров на английском языке, представленная продавцами. Выслушав презентацию агентств, покупатель должен выбрать тур, который хотел бы приобрести.

6. Покупатели ходят по турагентствам, выясняют все подробности туров и делают свой выбор, покупая тур. Продавцы обязаны отвечать на все вопросы, касающиеся их тура. Диалог, презентации, рекламные материалы – всё на английском языке.

7. В ходе продажи тура турагентство должно выписать покупателю путёвку и взять талон на покупку, заполнить отчётный бюллетень.

8. Судьи подсчитывают голоса и объявляют победителей.

Победителем считается команда, продавшая большее количество туров.

Роль игры в подготовке специалистов сферы туризма и гостеприимства невозможно переоценить, поскольку она позволяет осуществить подготовку менеджеров на высоком профессиональном уровне.

Лайко М.Ю.
Ильина Е.Л.
Латкин А.Н.
Валединская Е.Н.

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРИРОВАНИЯ РОССИИ В ЕВРОПЕЙСКОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО

В статье рассматриваются сложившиеся условия в сфере российского образования в области гостеприимства и туризма в контексте интеграции России в мировую индустрию гостеприимства и туризма, анализируется современный европейский опыт подготовки специалистов. В качестве примера для сравнения приведена голландская программа по подготовке специалистов для индустрии отдыха.

Laiko M.Y., Ilyina E.L., Latkin A.N., Valedinskaya E.N. New Approaches to Training of Specialists for the Industry of Hospitality and Tourism in the Situation of Integration of Russia into the European Educational Space

The article deals with analysis of existing conditions in the sphere of Russian education in the sphere of hospitality and tourism in the context of integration of Russia into the world industry of hospitality and tourism. The modern European experience of training of specialists for the industry of hospitality and tourism is investigated. The Holland program on training of specialists for the recreation industry is given as an example for comparison.

В начале третьего тысячелетия мировая индустрия гостеприимства и туризма обнаруживает новые тенденции в развитии. С середины 1980-х гг. ускорилась глобализация. Она включает комплексный процесс международной интеграции с радикальными последствиями, как для развитых, так и для развивающихся стран. Глобализация соединяет международные торговые потоки с прямыми иностранными инвестициями и потоками капитала. Скорость и убедительность современной глобализации поразительны. В этой связи мы выделяем пять основных областей.

Первая – это окончание эпохи социализма – и треть человечества, вступающая в рыночную систему. Это влечёт за собой изменение существующего баланса разделения труда, а также экономической географии. Мир социализма владел очень хорошей системой образования – в настоящее время множество квалифицированных работников (особенно инженеров и учёных) входят на мировые рынки. В мировой экономике имеются целые регионы, начинающие радикально влиять на конкуренцию в отдельных сферах деятельности.

Второе изменение касается структурного сдвига с отраслей, использующих природные ресурсы, к интеллектуальным отраслям. Интеллектуальные отрасли по сути не имеют определённой локальности: они могут располагаться везде, где присутствуют научно-технические кадры. То, чем мы занимаемся, (например, совершение покупок через Интернет), в настоящее время часто определяется социологией и технологией. Технология многое делает возможным, но мы можем сделать выбор и не пользоваться этими возможностями. Однако социологические характеристики будут меняться по мере того, как будет развиваться новое, технически грамотное поколение.

Третье – это демография – старение и миграция населения. В последние 10 лет около 200 млн человек покинули свои родные страны (иногда нелегально) в поисках работы.

Четвёртый фактор – коммуникационные технологии, которые сделали возможными глобальные рынки, доминирующие в настоящее время. Часть легкового автомобиля может быть произведена в Германии (из российских материалов), переправлена в Бразилию, где происходит окончательная сборка автомобиля, а затем готовый автомобиль продается в Чили.

Всё это влияет на результативность (особенно представленную знаниями) и на многие сопутствующие обстоятельства. Эффективность института интеллектуального авторского права в условиях глобального рынка – пятая область изменений – сложный вопрос, хотя именно этот фактор является ключевым в наукоёмких отраслях.

Мировая экономика и события, на неё влияющие, турбулентны, индустрия гостеприимства и туризма остаётся их заложником и должна реагировать в соответствии с обстоятельствами. Это наиболее непредсказуемая область, с которой сталкивается любое предприятие, но особенно отрасль, относительное благополучие которой в большой степени зависит от чистого дохода и факторов благосостояния клиентов.

Современная индустрия гостеприимства и туризма продолжает постоянно развиваться, появляются новые формы деятельности, основным содержанием которых является предоставление места временного проживания и удовлетворение разнообразных потребностей клиентов во время путешествия как с точки зрения удобства оборудования, качества предоставляемых продуктов и услуг, так и предупредительности и вежливости квалифицированного обслуживающего персонала.

Интегрирование России в мировую индустрию гостеприимства и туризма требует перехода российских предприятий на мировые стандарты обслуживания, изменение форм организации и управления в гостинично-ресторанном и туристском бизнесе. Формирование и поступательное развитие индустрии гостеприим-

ства и туризма России как одной из ведущих отраслей рыночной экономики невозможно без грамотных специалистов, способных учитывать различные циклические и нециклические компоненты формирования спроса и предложения на рынке гостиничных услуг, а также сезонные, временные и случайные факторы. Осложняющим обстоятельством является то, что рынок услуг гостеприимства и туризма в России отличается высокой динамичностью и противоречивым характером, а потому и трудной предсказуемостью, особенно в условиях сильного влияния кризисной составляющей и специфики конъюнктуры рынка туристских услуг.

За период проведения экономических реформ существенно увеличились деловые и культурные связи между Россией и зарубежными странами. Такое усиление активности неизбежно привело к росту контактов между фирмами и увеличению количества иностранных бизнес-путешественников. Возникла необходимость размещения гостей в комфортабельных отелях с соответствующим уровнем сервиса, которая явилась предпосылкой тому, что правительство и некоторые частные компании начали инвестировать средства в гостиничный бизнес. В результате появились проекты по реконструкции существующих отелей, строительству новых и изменению структуры управления гостиничных предприятий, во многих случаях с привлечением ведущих гостиничных сетей Запада. В настоящее время в Москве и Санкт-Петербурге наблюдается ситуация, при которой бизнес-турист может найти гостиницу приемлемого качества, но по очень высокой цене. В небольших городах оснащённость гостиниц и уровень обслуживания по-прежнему остаются недостаточными при отсутствии альтернативного предложения. Для местных администраций становится необходимостью и вопросом престижа наличие высококлассных отелей в регионах, а крупные компании готовы вложить средства в их строительство и реконструкцию.

Специалисты индустрии гостеприимства отмечают устойчивые долгосрочные перспективы развития туризма в Европе по окончании финансово-экономического кризиса. По прогнозам туризм станет крупнейшим видом экономической деятельности. Количество занятых в туризме составит по различным оценкам от 6 до 10 % от общего числа работающего населения. Ожидается значительное увеличение объёмов делового туризма, вызванное созданием единого рынка и расширением торговых, финансовых и культурных связей между европейскими странами. Особенно благоприятны перспективы развития высококорядных гостиниц в крупных городах, что в значительной степени зависит от делового туризма.

В РЭА им. Г.В. Плеханова накоплен определённый опыт сотрудничества с зарубежными вузами, осуществляющими подготовку специалистов для индустрии гостеприимства и туризма. Практика, сложившаяся за годы обучения студентов по международной программе International Hospitality Management-Plekhanov (подготовка специалистов по управлению международной индустрией гостеприимства), позволяет произвести некоторые обобщения и раскрыть содержание зарубежных учебных программ, используемых для подготовки специалистов в указанной сфере деятельности.

Представляет интерес концепция формирования учебного плана подготовки бакалавра гостиничного администрирования, которая используется в Высшей школе гостиничного менеджмента г. Леуварден (Нидерланды). Подобные концепции формирования учебных планов используются другими ведущими гостиничными школами мира, в частности Ecole Hoteliere de Lausanne (Швейцария), а также Satakunta University of Applied Sciences Pori и Naaga-Helia University of Applied Sciences (Финляндия).

Отправным пунктом для разработки учебного плана является решение вопроса о квалификации и предполагаемой позиции (сфере деятельности) выпускников. Для перечисленных выше школ целью учебного процесса является подготовка специалистов высшего и среднего управленческого звена для гостинично-ресторанного хозяйства и туристского бизнеса, что определяет общую структуру программы: первый год обучения – базовое профессиональное образование, необходимое для работы в отрасли, второй, третий и четвертый годы обучения – специальные дисциплины на развитие навыков по разработке стратегии предприятия, финансовому менеджменту, управлению персоналом, маркетингу и прочим навыкам, необходимых для руководителя предприятия индустрии гостеприимства и туризма.

Центральным компонентом является блок дисциплин, посвященных стратегическому менеджменту. Изучение этого блока требует знаний и навыков в следующих областях: управление персоналом, организация производства, финансовый менеджмент, маркетинг. Поэтому изучению центрального блока предшествует изучение блоков, посвящённых перечисленным областям. Однако, изучение этих областей в свою очередь требует некоторых предварительных знаний и навыков, а также одновременного изучения отдельных дисциплин, таких как коммуникации в бизнесе, компьютерные технологии и т.д.

Кроме подготовки бакалавров гостиничного администрирования ряд зарубежных учебных заведений осуществляет специализированную подготовку специалистов для индустрии отдыха (Leisure Studies). Эта программа носит междисциплинарный характер: с одной стороны, она рассматривается как разработка продукта индустрии отдыха, а с другой, – как управление и экономика отрасли. По окончании обучения выпускники получают степень бакалавра со специализацией в индустрии отдыха.

Первый год обучения включает в себя ознакомительно-ориентационную программу с обязательным изучением таких дисциплин как социология, психология, теория отдыха, история искусства и история цивилизации, философия, спорт и игры, музыка, театр, живопись и др. На втором году обучения особое внимание уделяется операционному менеджменту и разработке продукта индустрии отдыха, на третьем – стратегиче-

скому менеджменту, развитию инноваций и построению сценариев деятельности, выбору профиля будущей работы. На четвёртом курсе студенты проходят шестимесячную производственную практику (в соответствии с выбранным профилем) и готовят выпускной проект.

Подготовка специалистов для индустрии отдыха ведётся на базе двух взаимосвязанных подразделений: образовательного (вуз) и практического (туристские компании, центры отдыха и туризма). Компании принимают к исполнению реальные заказы, над выполнением которых трудятся сотрудники вузов и приглашённые эксперты. В период производственной практики студенты подключаются к разработке этих проектов.

Отличительной особенностью обучения является его прикладной характер. Это значит, что в состав рабочих групп, реализующих практические проекты, могут входить не только выпускники вуза, но и студенты любого курса, которым необходимы практические данные для семинаров, курсовых работ, исследовательских проектов и т.д. Таким образом, достигается разумная интеграция теории и практики, что, несомненно, способствует повышению качества образования и укреплению имиджа учебных заведений.

В условиях интеграции российской системы образования в европейское и мировое образовательное пространство представляется целесообразным тщательное изучение имеющегося зарубежного опыта в сфере подготовки специалистов для индустрии туризма и путешествий, с тем чтобы повысить общий уровень качества образовательных услуг и обеспечить формирование специалистов, способных принимать экономически обоснованные решения по управлению гостиницами, ресторанами, туристскими компаниями, а также грамотно определять их стратегию и тактику, развивать интеграционные процессы в мировой и отечественной индустрии гостеприимства и туризма.

Литература

- Барчуков И.С.* Методы научных исследований в туризме. – М.: Академия, 2008.
- Баумгартен Л.В.* Стратегический менеджмент в туризме. – М.: Академия, 2007.
- Кучеров А.П.* Объектное управление. Новационный и инновационный менеджмент в туризме. – М.: Компания Спутник+, 2009.
- Лайко М.Ю., Ильина Е.Л., Козлов Д.А., Ноценко О.Ю.* Введение в индустрию гостеприимства и туризма. – М.: Изд-во РЭА им. Г.В. Плеханова, 2002.
- Малахова Н.Н., Ушаков Д.С.* Инновации в туризме и сервисе. – Р.-н-Д.: Издательский центр «МарТ», Феникс, 2010.
- Покровский А.И., Филанд К.* Перестройка рыночных структур на Западе и на Востоке. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 2003.
- Покровский Н.Е., Черняева Т.И.* Туризм. От социальной теории к практике управления. – М.: Университетская книга, Логос, 2009.
- Жукова М.А.* Интеграционная стратегия как средство достижения конкурентных преимуществ в индустрии туризма // Экономическая наука современной России, № 4, 2002.
- Grinnell, R.Jr. (ed.).* Social Work, Research and Evaluation. Illinois, F.E. Peacock Publishers, 2008.
- Industry Evolution // www.manyworlds.com.

УДК 378

Павлов О.Г.

РОЛЬ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ В ВУЗЕ В ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ

Одним из направлений в работе высшего учебного заведения, позволяющим добиться повышения качества образовательной деятельности, является активизация научно-исследовательской работы студентов. При этом данная работа должна осуществляться в тесном контакте с учебным процессом. Знания, полученные в образовательном процессе и применённые в ходе научно-исследовательской работы под руководством преподавателей и практиков отрасли, позволяют сформировать у студента необходимые профессиональные компетенции.

Pavlov O.G. A Role of Scientific-Research Work in Raise of Quality of Students' Training in an Institute of Higher Education

The activation of scientific-research work for students is one of directions in work of an institute of higher education. This direction of work allows achieving raise of quality of the educational activity. In this case, the given work must be realized in the close contact with the educational process. The knowledge obtained during the educational process and applied to the scientific-research work under supervision of teachers and specialists from enterprises allows forming a student all the necessary professional competences.

Научная деятельность вуза является неременной составной частью процесса подготовки специалистов с высшим профессиональным образованием, к тому же она является одним из критериев государственной аккредитации, используемых при экспертизе показателей деятельности вузов¹. Одной из основных задач высшего учебного заведения в области научно-исследовательской деятельности является обеспечение подго-

¹ Приказ Госкомвуза РФ от 22 июня 1994 г. N 614 «Об утверждении Положения о научной деятельности высших учебных заведений Государственного комитета Российской Федерации по высшему образованию».

товки в вузах квалифицированных специалистов и научно-педагогических кадров высшей квалификации на основе новейших достижений научно-технического прогресса.

Каждое высшее учебное заведение имеет свои особенности в проведение научно-исследовательских работ, в зависимости от отрасли, для которой готовятся кадры. Принципами научной деятельности в профессиональном образовании в туристском вузе, определяющими его содержание и направленность, являются следующие:

- приоритет научных интересов субъектов профессионального становления;
- системность и систематичность преподавательской и студенческой научно-исследовательской деятельности;
- оказание поддержки в научно-исследовательской деятельности преподавателю, студенту, аспиранту, сотруднику;
- культурно-ценностное обновление и развитие научно-исследовательской деятельности в гуманитарном вузе;
- гуманитаризация профессионального образования, способствующая ценностно-смысловому вхождению преподавателя и студента в образовательное пространство;
- личностная ценность ориентации учебно-воспитательного процесса в вузе на расширение связей с научно-исследовательской деятельностью;
- разнообразие исследовательских технологий и форм сопровождения преподавателей и студентов в научно-исследовательской деятельности;
- последовательное расширение состава участников научных школ и участников научно-исследовательской деятельности.

Концепция научной деятельности в профессиональном образовании в туристском вузе включает в себя:

– характеристику основных тенденций его развития: усиление научно-исследовательской деятельности в вузах, обеспечивающих развитие вузов как научно-учебно-образовательных диверсификационных центров; повышение требований к исследовательской компетентности выпускников, обуславливающих повышение качества подготовки конкурентоспособного специалиста; рост разнообразия форм взаимосвязи научной и образовательной деятельности субъектов учебно-воспитательного процесса, расширяющим возможности для развития конкурентоспособного специалиста;

– обоснование научной деятельности как фактора развития и совершенствования профессионального образования в вузе с учетом его основных функций: воспроизводства и ретрансляции, которая состоит в организованном воспроизводстве универсальной и национальной культуры, а также в передаче и воспроизводстве существующей социальной структуры на основе реализации профессиональной деятельности гуманитарной направленности; адаптивной, которая предполагает развитие способности будущих специалистов адаптироваться к профессиональным и социальным ролям по мере освоения профессиональной деятельности; кумулятивности знаний, накопленных другими науками (социологической, психологической, философской и др.), в развитии научных основ профессиональной гуманитарной деятельности и профессионального гуманитарного образования;

– раскрытие системы взаимодействия структурных компонентов: управленческо-организационного, научно-методического; информационно-технологического; психолого-педагогического; научно-педагогического сопровождения профессиональной карьеры с позиций компетентностного, системно-интегративного, личностно-деятельностного, психолого-педагогического, культуроцентристского, информационно-технологического, научно-методологического подходов.

Подготовка в вузе квалифицированных специалистов и научно-педагогических кадров высшей квалификации является неотъемлемой частью учебного процесс, который должен представлять собой синтез обучения, производственной практики и научно-исследовательской работы. Важнейшим условием такого синтеза является развитие активности студентов, молодых специалистов и ученых в самостоятельном научном поиске, отборе объективной информации, обогащение ею знаний по изучаемым дисциплинам.

Единство учебного и научного процессов обеспечивается за счет:

– привлечения студентов к участию в научно-исследовательских и проектно-конструкторских работах, выполняемых за счет средств различных бюджетов и внебюджетных источников финансирования;

– создания на базе кафедр и факультетов вуза учебно-научных комплексов, ориентированных на разработку и использование в учебном процессе новейших достижений науки и техники;

– интеграции вузов, академических и отраслевых научных учреждений, направленной на повышение уровня фундаментальных и прикладных исследований и использование их результатов в образовательном процессе;

– проведения на базе научных и научно-производственных подразделений разнообразных форм активной учебной работы: дипломного и курсового проектирования, учебной и производственной практики, целевой подготовки студентов и других форм подготовки специалистов;

– компьютеризации учебного и научного процессов, формирования единой информационной среды и овладения студентами современными методами и средствами информатики;

– привлечения студентов к работе в научно-технических парках и других инновационных структурах с целью овладения ими навыками научно-технического предпринимательства и инновационного бизнеса.

Для повышения уровня подготовки специалиста с высшим профессиональным образованием необходимо через систему исследовательской работы привить студентам в вузе навыки самостоятельной научно-исследовательской деятельности, дать возможность приобрести методы и способы самообразования, основы профессионально-творческого саморазвития. Основными задачами исследовательской деятельности студентов, дополняющей учебный процесс, являются выход за рамки учебных программ и планов, индивидуализация процесса обучения, участие в научно-технических мероприятиях, проведение конкурсов, олимпиад, научных конференций способствует поиску наиболее эрудированных, работоспособных, целеустремленных и талантливых молодых людей, их обучению основам организации научной деятельности.

Важно, что при реализации творческой деятельности является подход, а не состав источников, на основании которых выполняется работа. Используя одни и те же источники, можно выполнить и реферативную, и исследовательскую работу. Суть исследовательской работы состоит в сопоставлении данных первоисточников, их творческом анализе и произведенных на его основе выводах².

Поскольку формами мышления, используемыми в процессе обучения, приобретения новых знаний и проведении любых научных исследований, являются понятия, суждения, умозаключения, а операциями – анализ, синтез, сравнение, классификация, систематизация и обобщение, то достижение поставленных целей осуществляется путём решения следующих задач:

– определение и предоставление студенту право выбора форм участия в научно-исследовательской работе;

– овладение (в рамках единого образовательного и научного процессов) системой понятий, суждений и умозаключений в области профессии (специальности), базирующихся на знаниях, умениях, навыках и опыте деятельности;

– овладение методами анализа, сравнения, классификации, систематизации и обобщения;

– развитие умения нестандартно мыслить (находить множество разных вариантов решения при одних и тех же условиях; находить непротиворечивые решения противоречивых ситуаций) и применять знания на практике;

– выработка умения реализации технологии научного исследования, умения готовить и ставить эксперимент, оформлять и оценивать результаты научных исследований;

– выработка навыков библиографической работы, самостоятельной работы с книгой и другими источниками информации;

– воспитание чувства ответственности за научную полноценность исследования, его достоверность, содержательность и практическую полезность;

– установление тесных связей интересов студента с научно-образовательным направлением вуза, укрепление его творческих контактов с преподавателем в бинарном процессе обучения.

В научно-исследовательской работе студентов можно выделить два этапа.

Первый этап связан с изучением общих гуманитарных, социально-экономических, общих математических и естественно-научных дисциплин (преимущественно на младших курсах). На этом этапе происходит ознакомление студентов с основами и элементами научных исследований, развиваются навыки самостоятельной работы по углублённому изучению фундаментальных наук, воспитывается любовь к избранной специальности. Формами научно-исследовательской работы могут являться УИРС (преимущественно) и НИРС (частично), в которых студенты, выполняя работу, как бы «открывают» для себя известные знания, составляющие часть программного материала какой-либо дисциплины (раздела, темы), и применяют их к решению каких-либо учебных или прикладных задач.

Второй этап связан с изучением общепрофессиональных и специальных дисциплин. На этом этапе студенты включаются непосредственно в научно-исследовательскую работу, проводимую в вузе. Им могут поручаются конкретные теоретические и практические разработки. Эти исследования могут проводиться в рамках общепрофессиональных и специальных дисциплин при их изучении и выполнении практических самостоятельных работ, курсовых и выпускных квалификационных работ, а также при прохождении всех видов практик.

Целостная система углубленной вузовской подготовки, как основа подготовки специалистов-исследователей, в которой наукоориентированность учебного процесса и рождение научного знания связаны между собой, определяет особую, новую роль педагога, совмещающего образовательную, исследовательскую и инновационную педагогическую деятельность³. Обучение студентов необходимо осуществлять в тесной взаимосвязи с научными исследованиями преподавателей, поэтому процесс преподавания является творческим, активным и новаторским.

Проведение научных работ студентами в высшем учебном заведении осуществляется под руководством профессорско-преподавательского состава вуза в соответствии с индивидуальными планами; аспиран-

² Обухов А. Исследовательская деятельность как способ формирования мировоззрения // Народное образование. 1999. № 10. С. 158–161.

³ Лурье Л.И. Теория и практика подготовки специалистов-исследователей в системе «школа–вуз»: дис. ... д-ра пед. наук. М., 2000.

тами института, при выполнении ими научных исследований; научными работниками, специалистами вуза, а так же специалистами-практиками туристской отрасли, привлекаемыми для преподавания.

В связи с тем, что студенческая научная работа является неразрывной частью теоретического обучения (это требование зафиксировано в государственных образовательных стандартах), то каждый студент в каждой дисциплине должен быть приобщен к научно-исследовательской работе в той или иной форме.

В качестве отчёта о выполненной студентом научно-исследовательской работе, в зависимости от этапа и формы участия, может засчитываться: выполненная самостоятельно учебная работа с элементами НИР, включенная в учебный план (индивидуальное задание; расчётно-графическая работа; научный реферат, отчет о практике; курсовая работа; выпускная квалификационная работа и т.д.); отчет об индивидуальной учебно-исследовательской работе; отчёт о научной работе по выбранной теме; подготовленный студентом доклад; научная статья (публикация); материалы, подготовленные к представлению на выставки и конкурсы различных уровней; официально признанные результаты участия студенческих работ на выставках и конкурсах различных уровней и др.

Осуществление научно-исследовательской работы студента, нацеленной на конечную разработку какой-либо конкретной идеи, позволяет сформировать у него профессиональные компетенции. Если конечным результатом этой работы является публичная защита, например, бизнес-плана перед студенческой аудиторией и комиссией, которая сопровождается представлением запланированного продукта, иллюстрациями, расчетами и презентацией, то студент приобретает не только практические навыки по разработке проектов, но и уметь их защищать, а, при необходимости, и отстаивать свой подход к решению той или иной задачи. Защита бизнес-проекта с одной стороны немного напоминает шоу, с другой стороны она полностью основана на безукоризненных экономических расчетах и сопровождается солидным письменным документом со всеми необходимыми разделами бизнес-плана.

Для функционирования и развития студенческой научной работы в вузе могут быть предусмотрены следующие меры поощрения и стимулирования студентов: учёт результатов, полученных в процессе выполнения научной работы, при оценке знаний по дисциплинам, курсовым работам и практикам (зачёты; экзамены; засчитывание выполненных НИР как курсовых работ и отчетов по практике) на различных этапах обучения; оплата и поощрение за публикацию и депонирование научных работ, регистрацию интеллектуального продукта; выдвижение наиболее одарённых студентов на соискание государственных и именных стипендий, стипендий, учреждаемых различными организациями и фондами и т.д.; представление лучших студенческих работ на конкурсы, выставки и другие организационно-массовые мероприятия, предусматривающие награждение победителей; командирование для участия в различных отечественных и зарубежных научных форумах студентов. За успехи, достигнутые в научно-исследовательской работе, студенты могут награждаться почетными грамотами, дипломами, ценными подарками.

Одним из стимулов для привлечения студентов к научно-исследовательским работам может являться обеспечение приоритета при поступлении в аспирантуру, а так же для замещения вакантных преподавательских должностей в институте после его окончания.

Целью научной деятельности профессионального образования является повышение качества подготовки специалистов путем планомерного включения субъектов данного процесса в систему научной деятельности и их поддержки на всем протяжении образовательного процесса в контексте совершенствования и реализации профессиональных качеств личности, а так же повышения образовательного уровня за счет активной исследовательской деятельности в том или ином направлении профессиональной деятельности и в профессиональном образовании в вузе. Одним из самых эффективных механизмов такого включения являются студенческие научные общества (СНО).

СНО является добровольной общественной организацией, призванной повышать научную и методологическую подготовку студентов, развивать у них творческое мышление и навыки исследовательской работы, содействовать изучению основ организации и проведения научной работы. Цели СНО созвучны общим целям организации научно-исследовательских работ студентов: выработка у студентов умений и навыков самостоятельной исследовательской деятельности, устойчивой мотивации к самообразованию, саморазвитию; приобретение студентами опыта научной, исследовательской работы; формирование навыков и умений общественной и организационной деятельности.

В каждом вузе формируется своя структура СНО, позволяющая решать поставленные перед ним задачи. Она может включать руководителя, Совет СНО и научные кружки по направлениям исследований. Примерным содержанием работы СНО может являться:

- работа студентов по научным направлениям;
- встречи с учеными в заданных областях знаний;
- экскурсии на отраслевые предприятия, лаборатории, природу;
- сотрудничество с городскими, российскими, международными сообществами и бизнес-структурами;
- подготовка анкет, документов по производственной практике;
- подготовка и участие в студенческой научно-практической конференции;
- публикация сборника по итогам проведения конференции;

- подготовка, предзащита и защита дипломных проектов/работ;
- обсуждение результатов перспективных курсовых работ;
- участие в конкурсах, грантах, программах, акциях;
- подготовка, анализ практики;
- межфакультетское сотрудничество;
- разработка электронных учебных пособий.

Студенческое научное общество является в вузе, с одной стороны, механизмом активизации научно-исследовательской деятельности, с другой стороны, формы самоорганизации студентов, выработки у них навыков принятия самостоятельных решений. Научно-исследовательская деятельность способствует формированию позитивного имиджа вуза.

Совершенствование практики научно-исследовательской деятельности будущих специалистов является одним из ведущих механизмов развития и повышения качества современного профессионального образования в вузе. Взаимовлияние научно-исследовательской деятельности и образовательного процесса осуществляется в образовательном пространстве вуза, где реализуются современные информационные, педагогические, психологические и другие гуманитарные технологии, обуславливающие целостно-смысловые и системные характеристики деятельности субъектов образовательного процесса.

УДК 378

Павлова Э.Н.
Павлов О.Г.

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

С глобальным ростом туризма во всем мире, интеграцией России в мировое сообщество, развитием туристских дестинаций особую значимость приобретает обеспечение подготовки высококвалифицированных специалистов туристского профиля. Для эффективной организации учебного процесса необходимо дальнейшее повышение качества организации образовательного процесса, раскрытие всего характера содержания учебных дисциплин, в том числе через приобщение студентов к научно-исследовательской работе, что способствует развитию их креативного мышления.

Pavlova E.N., Pavlov O.G. The Innovation Approach to the Professional Training of Specialists for the Industry of Tourism in the Situation of the Tourist Destinations

Due to the global growth of tourism in the world, integration of Russia into world community, development of tourist destinations, special importance is got by maintenance of preparation of highly skilled experts in the sphere of tourism. For increase of efficiency of organization of the educational process the further development of quality of the organization of educational process, their familiarizing with research work is necessary during training and disclosing of all character of the maintenance of subject matters, development of creative thinking.

Кардинальные изменения, происходящие в социально-культурной, политической и экономической сферах нашего общества требуют совершенно нового понимания задач профессионального образования. Потребность совершенствования системы профессионального обучения вызвана социальным заказом общества: сегодня меняются требования к уровню качества подготовки выпускника со стороны работодателей, а, следовательно, и педагогической деятельности. Необходимо новое видение профессионального образования, которое объединяет потребности в универсальности обучения на более высокой ступени с необходимостью обеспечения его большей адекватности в целях удовлетворения потребностей общества, в котором оно функционирует.

Развитие туристских дестинаций предъявляет новые требования к качеству подготовки специалистов, следовательно, возрастает роль, которая отводится процессу преподавания, повышающая эффективность этой деятельности в современных условиях.

В последние годы с изменением социально-экономических и производственно-технологических условий, требующих специалистов конкретного качества и квалификации, произошло смещение приоритетов от стереотипа профессиональной подготовки к востребованному профессиональному образованию, которое направлено на реализацию потребности личности, соотношения с ее способностями. Структурная организация профессиональной подготовки динамична и зависит от многих факторов: исторических традиций, уровня развития дестинаций, позиции государства и отдельных регионов, степени миграции населения и т. д.

Анализ состояния профессионального туристского образования в Карелии позволяет констатировать общую тенденцию развития целей и принципов профессионального туристского образования: подготовка специалистов, способных мобильно адаптироваться к быстро изменяющимся социально-экономическим, туристско-технологическим, общественно-политическим и другим условиям развития общества в целом, и туризма, в частности.

С глобальным ростом туризма во всем мире, интеграцией России в мировое сообщество, развитием туристских дестинаций особую значимость приобретает обеспечение подготовки высококвалифицированного и профессионального уровня специалистов туристского профиля. Основными предпосылками развития туристских дестинаций является формирование эффективно действующей системы подготовки специалистов сферы туризма. Поэтому задача совершенствования организации учебного процесса в подготовке специалистов туристской деятельности, формирование их профессиональных и деловых качеств выдвинулась в качестве ведущей задачи, как программы дальнейшего развития туризма в дестинациях и становления образовательной туристской системы в новых условиях.

Глубокое осмысление организационных принципов становления системы профессионального туристского образования, ее научно-методических принципов позволяет выделить основное содержание процесса систематизации профессионального туристского образования, цель которой – подготовка менеджеров, способных нестандартно мыслить. Это означает, что в отличие от производственного, менеджмент туризма подразумевает систему гибкого инновационного руководства и исполнения, способного реагировать не только на конъюнктуру рынка, но и на возможности людей ориентироваться в специфике туризма, технологических процессах туристской индустрии в условиях развития туристских дестинаций.

Туристский менеджмент – это управление человеческими ресурсами, людьми. Он характеризуется возращением роли культуротворчества самой туристской деятельности в дестинации. Этот новый фактор требует и новой парадигмы образования, ориентированного на формирование креативных качеств менеджера туризма.

Таким образом, цели профессионального туристского образования направлены на личность, формирование ее социальных и профессиональных качеств. Само туристское образование не только вооружает студентов ценностями, нормами, мотивами туристско-экономической и технологической деятельности, но и культуротворчеством, прививая им идеи многовариантного выбора и постоянных инноваций в ходе реализации непосредственной туристской деятельности.

Основным принципом функционирования профессионального туристского образования в нашей стране стало удовлетворение потребностей туристского сектора экономики страны в специалистах различных специальностей и квалификации. Этот принцип определил ориентацию профессионального туристского образования на углубленную специализацию, как в практической, так и в теоретической деятельности туризма с учетом потребностей туристских дестинаций. Глубокий профессионализм кадров высшей квалификации обеспечивает выход туризма на первые позиции экономического развития дестинации.

Однако в условиях новых экономических отношений специалисты оказались не всегда способными адаптироваться к быстроменяющимся обстоятельствам. Характер и функции профессионального туристского образования объективно детерминируются социально значимыми ценностями и насущными потребностями общества в разносторонних, высококультурных и нестандартно мыслящих специалистах.

Как известно, процесс обучения, образования и воспитания является одним из ведущих видов человеческой деятельности. Поэтому, специализация в сфере туризма понимается как общественно необходимая и социально регулируемая система, универсальный способ объединения коллективных и индивидуальных усилий и способностей личности в эффективном решении совместных образовательных и воспитательных целей.

Совершенствование педагогики профессионального туристского образования в целом и ее основных компонентов (цель, средство, результат) представляет собой решение ряда взаимосвязанных проблем: моделирование самих форм обучения, программ; анализ сложившейся ситуации с подготовкой специалистов основного профиля, включая выявленные условия и факторы; определение ближайшей и стратегической цели, а также выбор оперативных, строго продуманных способов, форм и средств практической реализации всего комплекса педагогики туризма.

Основным мотивом профессионального образования в сфере туризма является деятельно-творческая функция – это постижение и осознание каждым студентом своего места в мире туризма, развитие физически, интеллектуальных и духовно-культурных качеств, как менеджера-специалиста и исполнителя.

В соответствии с этой функцией педагогическая подготовка менеджера сферы туризма требует достижения органического единства теории и практики, обучения и воспитания, взаимосвязи и преемственности преподавания естественно-математических, гуманитарно-философских и прикладных дисциплин.

Особенности подготовки специалиста сферы туризма определяют и специальные требования к организации учебного процесса. Нельзя забывать, что это специалист, имеющий высокий потенциал управленческой и исполнительской деятельности, реализуемый в различных направлениях туристско-управленческой и исполнительской деятельности, реализуемый в различных направлениях туристско-спортивной работы в системе управления (руководитель, консультант, аналитик, исследователь, исполнитель спортивной работы в системе управления (руководитель, консультант, аналитик, исследователь, исполнитель, проектировщик, функционер). Он должен ориентироваться в разнообразных проблемах социально-экономического и организационно-технического развития всего туризма и спорта. Ему должны быть свойственны экономическое мышление и широта взглядов, хозяйственная расчетливость, предприимчивость, навыки аналитической оценки ситуации, инициативность, и социальная активность, знание психологии людей, креативность мышления.

Сущность профессионализма заключается в определении квалифицированных требований к менеджерам туризма и их соответствие профессиональным стандартам.

Для студентов высокий уровень профессиональной подготовки является основным для достижения лучших условий труда и жизни, а также базисом для освоения более сложных умений и навыков, которые также способствуют их успешной карьере. Поэтому, исходя из основных требований и развития рынка труда и профессий, основываясь на разработанной в исследованиях А. М. Новикова парадигме профессионального образования, мы вычленили следующие положения, характеризующие современную профессиональную подготовку: умение приобретать знания; способность к коммуникациям; способность к адаптации в профессиональной деятельности, обусловленной умением решать проблемы и творческим мышлением; способность к самооценке, постановке целей, профессиональной карьере; умение работать эффективно в коллективе (совместимость); умение оказывать влияние (проявлять лидерство) и т. д.

Для повышения эффективности организации учебного процесса необходимо дальнейшее развитие форм самостоятельной работы студентов, приобщение их к научно-исследовательской работе в ходе обучения и раскрытие всего характера содержания учебных дисциплин. Организация практической деятельности вызвана в большей степени ориентацией на конечную цель – подготовку специалистов с высшим образованием.

Моделирование обновленной парадигмы профессионального образования в области туризма происходит постоянно. Это вызвано новой ситуацией, в которой зарождается туристская школа, многолико удовлетворяющая потребностям студентов, семьи и общества, и туристских дестинаций. Данная ситуация становится ориентиром для образования, направленного на формирование базовой культуры личности, необходимой как минимум для развития общих способностей, ценностных представлений, качеств, норм поведения.

В них, как ни в других образовательных и воспитательных обстоятельствах, наиболее тесно взаимосвязаны все аспекты профессионального туристского образования. Более того, здесь результаты образования – знания, результаты обучения и результаты воспитания – мировоззрение, мотивы, интересы личности. Все обусловлено друг с другом.

Функции туризма в нашем обществе разнообразны. Они могут быть рассмотрены по отношению к обществу в целом, к его экономике, в частности, к отдельным географическим районам, потребителям туристско-экскурсионных услуг. По отношению к потребителям туристско-экскурсионных услуг. По отношению к потребителям выделяют следующие функции: лечебную (восстановление здоровья), оздоровительную (простое восстановление физических и духовных сил), познавательную (развитие духовных запросов человека), воспитательную (нравственное воспитание человека), спортивную (развитие физических сил человека).

Следовательно, туристско-экскурсионные учреждения предоставляют набор услуг, обеспечивающих комплексное воздействие на человека и реализацию многочисленных функций его духовного и физического развития: встреча, обеспечение жилым помещением, бытовое и информационное обслуживание, общественное питание, экскурсионно-туристское (путешествия, походы, соревнования, консультации), культурно-массовое, физкультурно-оздоровительное обслуживание. Обеспечение высокой культуры и качества обслуживания туристов и экскурсантов также является задачей туризма.

Таким образом, под системой приоритетных направлений и специальностей профессионального образования в сфере туризма подразумевается совокупность специальных знаний, умений и квалификаций, подлежащих усвоению студентами учебного заведения туристского профиля в соответствии с учебными планами, программами и государственными образовательными стандартами, зарегистрированными и утвержденными в установленном в стране порядке.

Исходя из вышеизложенного, выявляется необходимость внедрения в образовательный процесс по подготовке специалистов для индустрии туризма инновационных технологий обучения, которые способствуют подготовке специалистов, ориентированных на формирование креативных качеств, умеющих креативно мыслить и принимать нестандартные решения в быстро меняющихся условиях.

ВЛИЯНИЕ СИСТЕМЫ ПОДГОТОВКИ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТАКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Рассматриваются современные подходы к обучению персонала в гостиничном бизнесе и методы оценки его эффективности.

Pogodina O.N. The Effect of the Training System in the Hotel Industry on the Efficiency of Activity of Hotels

The article reviews current approaches to training in the hospitality industry and methods for evaluating its effectiveness.

«Если вы не можете что-то измерить, значит, вы не можете этим управлять» – мнение эксперта с мировым именем в области измерения влияния тех или иных проектов, программ, инициатив Д. Филипса. Это выражение также актуально для оценки эффективности системы обучения, как и для других бизнес-процессов и видов деятельности гостиницы.

По последним данным у нас в стране 150 коммерческих компаний / государственных структур, которые уже внедрили методологию ROI, разработанную д-ром Филипсом, а также более 200 специалистов по ROI, состоящих в Ireland ROI network.

Отчет Economic and Social Research Institute за прошлый год показал, что обучение напрямую влияет на увеличение продуктивности бизнеса. Кроме того, по данным другого исследования ирландские компании в совокупности тратят на обучение около 400 млн евро в год. Это 2,5 % от общей суммы затрат на персонал. Однако только 4 из каждых 10 опрошенных компаний имеют разработанный план обучения. От 48 % до 69 % (в зависимости от размера компании и ее специализации) опрошенных компаний-провайдеров тренинговых услуг имеют формальные инструменты оценки своих программ¹.

Согласно одному из исследований, проведенных консалтинговой компанией Veritude (США, Бостон), 81 % руководителей компаний постоянно измеряют эффективность своих HR-служб, проверяя текучку персонала и какую часть от общей выручки компании тратится на персонал. 61 % респондентов отметили, что в скором времени планируют обратиться к другому очень важному показателю – возврату на инвестиции в персонал (Return On Investment, ROI)².

Наиболее распространенными методами оценки является измерение уровня удовлетворенности участников тренинга после обучения через так называемые «happy sheets» (анкеты обратной связи). И только совсем небольшая часть этих компаний рассчитывает коэффициент возврата на инвестиции своих программ.

Очень часто можно прочитать, что целью обучения персонала в гостиничном бизнесе является их обучение и повышение квалификации. Но можем согласиться с таким утверждением. Конечная цель деятельности любого коммерческого предприятия – увеличение его прибыли, обеспечение эффективности деятельности (соотношение прибыли к затратам на ее получение, как правило выраженное в процентах). Поэтому цель любого обучения сотрудников в гостинице – обеспечить это увеличение прибыли, а обучение и повышение квалификации – это только средство достижения этой цели. Поэтому вся оценка эффективности системы обучения должна быть ориентирована на эту цель.

Прежде всего, гостиница должна рассчитать и затем утвердить бюджет на обучение на год. Часто возникает вопрос, какое количество финансовых средств потратить и заложить в бюджет на обучение сотрудников на год. В различных источниках приводятся разные данные. По некоторым отчетам, опубликованным в открытых источниках, в крупных западных компаниях тратят на обучение, подготовку и повышение квалификации сотрудников 0,5-2 % от годового оборота компании. Представляется наиболее жизненной и отражающей истинное положение вещей цифра, использующаяся еще в советское время – на повышение квалификации и обучение сотрудников тратилось 4 % от фонда оплаты труда за год.

Далее важно определить процедуры, методики и точки контроля для оценки эффективности обучения. Этот аспект является очень важным в системе обучения, так как нельзя просто учить сотрудников и никак не оценивать и контролировать результаты обучения. Критерии эффективности обучения и их оценка – это вопрос многоплановый и достаточно сложный. Но все же, хотелось бы отметить, что в процедурах оценки эффективности обучения и применения сотрудниками полученных знаний, умений и навыков необходимо использовать комплексный подход (тестовые задания, карты наблюдений, контрольные клиенты и звонки и др.) и определенную периодичность. Особо следует обратить на процедуры поддержки и закрепления полученных навыков (служебные инструкции, кодексы продавца, разбор типовых ситуаций и др.).

Наиболее широко специалистами по HR для оценки программ обучения используется модель оценки эффективности, разработанная Д. Киркпатриком, которая предусматривает несколько уровней оценки: реакция на обучение, обучение новым навыкам/получение новых знаний, применение в работе, бизнес – результаты.

Рассмотрим эти уровни более подробно.

¹ Измерение коэффициента возврата на инвестиции (ROI) в обучении персонала и HR. С сайта <http://hr.pass.ru>, 12.02.2010 г.

² Руководители компаний обращаются к ROI, как к датчику эффективности управления персоналом. www.ubo.ru, 08 ноября 2005.

Уровень 1. **Реакция слушателей на программу обучения** – измерения фокусируются на удовлетворенности участников программой вместе с перечнем того, как они планируют применить приобретенные знания и навыки. Опрос/анкетирование после завершения программы обучения

Уровень 2. **Оценка знаний и опыта, полученных слушателем после прохождения программы обучения** – измерения при помощи тестов, практики, ролевых игр, симуляций, групповых оценок и других средств оценки фокусируются на том, что участники изучили (усвоили) в процессе программы.

Уровень 3. **Оценка поведения на рабочем месте** – измерения фокусируются на реальном применении результатов программы обучения. Частота использования новых навыков с информацией о том, что помогает и что мешает этому использованию.

Уровень 4. **Оценка влияния программы обучения на бизнес компании** – измерения фокусируются на действительных результатах (т. е. воздействии на бизнес), достигнутых участниками программы по мере того, как они успешно применяют материал программы. Измеряется выпуск продукта, качество, издержки, время и удовлетворенность пользователей.

Впоследствии в эту модель уже упоминавшимся Д. Филипсом был добавлен еще один уровень.

Уровень 5. **Оценка ROI** – измерения сравнивают финансовую выгоду от программ с затратами на них. Показатель ROI может быть представлен как отношение выгоды к затратам в процентном отношении. Этот уровень оценки, позволяет перевести результаты оценки четвертого уровня в материальный эквивалент. Затем полученную сумму прибыли сравнивает с затратами на программу обучения. По сути ROI – это разница, между полученной от программы прибыли (на выходе) и затратами (benefit-cost ratio или BCR) (на входе). Сам коэффициент ROI выражает процентное соотношение чистой прибыли от программы к сумме затрат:

$$ROI = (\text{прибыль} - \text{затраты}) / \text{затраты} \times 100 \%$$

Методика ROI может быть использована и для подтверждения запланированного бюджета и для оценки потенциально возможной прибыли.

Для расчета ROI сначала необходимо оценить затраты и прибыли от программы обучения по следующим пунктам:

1. Сначала соберите данные для четыре уровня оценки, задав следующий вопрос: Можем ли мы оценить выгоду от применения новых знаний/навыков?

2. Изолируйте эффекты обучения от других факторов, влияющих на результат. Филипс приводит целый ряд специальных инструментов для этой цели.

3. Переведите полученные результаты в материальные ценности. Филипс рекомендует разделить результаты обучения на «hard» и «soft». По его мнению, категория «hard» подвергается традиционному измерению эффективности деятельности организации. Так как эта информация объективна, легко измерима и легко переводится в материальный эквивалент. Она включает в себя получаемый продукт на выходе (измеряется решенными задачами, выполненными проектами и т. д.); качество (измеряется количеством брака, переделок и т. д.); время (измеряется временем вынужденной простоя, количеством переработок сотрудников, вовремя законченными проектами и т. д.) и затраты. Категория «soft» включает в себя такие вещи как рабочие привычки (опоздания, отсутствие на рабочем месте); рабочую атмосферу (конфликты, удовлетворенность работой); отношения (лояльность, восприятие) и инициативу (высказывание новых идей, количество предложений сотрудника).

4. Рассчитайте общую сумму затрат на обучение.

5. Сравните денежный эквивалент полученных выгод с затратами. Нематериальные выгоды, полученные от программы, могут быть представлены как дополнительные, неперебиваемые в деньги, и как подтверждение того, что программа успешна.

Современные HR-специалисты используют комплексную модель оценки эффективности обучения, которая включает три уровня³:

- нижний уровень – ресурсы, возможности, параметры обучения – бюджет на обучение, измеряемый как процент от фонда оплаты труда, от выручки или от прибыли; бюджет на обучение на одного сотрудника; отношение числа сотрудников, занятых обучением, к общей численности персонала организации;

- средний уровень – показатели эффективности деятельности по обучению персонала (T&D), отражающие использование возможностей и ресурсов – число или доля сотрудников, успешно сдавших тесты по итогам обучения; развитие компетенций; оценка обратной связи после тренингов; процент продвижения кадрового резерва;

- высший уровень – видимая, измеримая, прямая польза для бизнеса – рост выручки, производительности труда, удовлетворенности клиентов, снижение текучести кадров, затрат.

В целом менеджмент организаций оценивает эффективность обучения таким основным факторам – формальные (модель адаптивного поведения) и содержательные, собственно психологические (модель профессионального развития) (автор Л.М. Митина).

³ По материалам вебинара Ужакиной Ю., Гришактовой Н. «Оценка эффективности обучения: как показать ценность руководству сотрудникам компании», 2009 г.

Модель адаптивного поведения оценивает соответствие формальным требованиям и нормам по организации процесса и оформлению проводимого обучения. Оценивается исполнительность и лояльность к системе, при этом не учитываются качественные и содержательные факторы, отражающие результативность обучения.

Модель профессионального развития оценивает единый комплекс параметров эффективности внутрифирменного обучения в рамках модели профессионального развития. Осуществляется оценка следующих параметров⁴:

«Оценка процесса» – проводится сравнение сегодняшних достижений с прежними в отношении развития личностных качеств и динамики изменений, происходящих непосредственно с индивидуумом. Оценку осуществляет как сотрудник, так и руководитель, являющийся инициатором обучения.

«Оценка цели» – проводится сравнение достижения внутренне ожидаемых целей обучения в плане приобретения новых, качественных знаний, их практической применимости в повседневной работе и фактически приобретенных знаний. Оценка может проводиться на основе ожиданий прошедшего обучения сотрудника или ожиданий его руководителя.

«Оценка удовлетворенности» – происходит оценка обучения осуществляется с точки зрения интереса и удовлетворенности участием в обучающем процессе или организацией процесса обучения.

«Оценка результата» – рассчитываются экономические, статусные и др. показатели, обусловленные проводимым обучением. Осуществляется оценка достигнутого результата по социально значимым параметрам: производительность труда, статус, повышение зарплаты.

Кроме расчета экономических показателей, в целях определения эффективности обучения персонала гостиничных предприятий важно оценить психологические критерии эффективности внутрифирменного обучения, которые обычно являются: удовлетворенность процессом обучения, индивидуальная значимость результатов обучения, достижение ожидаемой (планируемой) цели обучения, социальная значимость результатов обучения.

В некоторых случаях используются более расширенные подходы к оценке эффективности обучения, например, могут быть использованы такие критерии:

- удовлетворенность участником программой обучения;
- удовлетворенность процессом обучения руководителем обучающегося сотрудника;
- индивидуальная относительная норма респондента;
- достижение ожиданий участника обучения;
- достижение ожиданий руководителя обучающегося сотрудника;
- социальная относительная норма, транслируемая компанией или обществом.

В целом можно отметить, что людей нельзя научить, можно только научиться. А для того, чтобы у людей было желание научиться, следует помнить следующее: люди не станут учиться, пока не захотят; они изучают только то, что, по их мнению, необходимо изучить; люди учатся в процессе работы; при обучении нужно иметь в виду реальные производственные проблемы; на обучение людей большое влияние оказывает их предыдущий опыт; люди лучше обучаются в неформальной обстановке; чтобы стимулировать или облегчить обучение, необходимо использовать разнообразные методы обучения.

Таким образом, *критерии оценки эффективности системы обучения на предприятиях гостиничного бизнеса должны быть непосредственным образом связаны с системой стимулирования персонала, с одной стороны, а с другой стороны, она не должна быть гибкой и меняться с изменением тех или иных факторов, как внешней, так и внутренней среды организации.*

В заключение хотелось бы отметить, что современные западные подходы к обучению персонала рассматривают его как «попытку» в широком смысле этого слова, считая, что «движущей силой» любого процесса обучения выступают именно неудачи. Например, У. Беннис и Б. Нанус предлагают всем организациям «никогда не реагировать на ошибку со злостью или агрессией», а в качестве примера приводят случай из жизни Томаса Уотсона – учредителя компании IBM и ее генерального директора на протяжении долгих лет: «Однажды молодой и перспективный менеджер IBM оказался вовлеченным в рискованную сделку и умудрился причинить компании убытки в размере \$10 млн. Это было настоящим бедствием, когда Уотсон пригласил его к себе в кабинет, молодой человек прямо с порога выпалил: «Я полагаю, вы хотите меня уволить?» На что Уотсон ответил: «Вы, должно быть, шутите. Мы только что заплатили \$10 млн за ваше обучение!»⁵. Прощение наряду с другими ценностями и убеждениями – характерная черта организационной культуры, например, компании AES. Роджер Сант, соучредитель и председатель правления AES, отмечал: «Вы будете приятно удивлены тем, с какой готовностью наши служащие помогают друг другу и прощают ошибки». Соучредитель и генеральный директор этой компании Д. Бэкке также отмечал: «Если вы ошибетесь, ничего страшного. Все мы люди. При условии, что вы честно признаетесь в содеянном, в AES никто не станет вас наказывать»⁶.

⁴ Сорока В.А., директор ООО «СЕРВИС КАДРОВ» (г. Минск), <http://www.hrm.ru>

⁵Пфедфер Дж., Саттон Р. От знаний к делу. Как успешные компании трансформируют знания в действия. М. Вильямс, 2007.

⁶Там же.

ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОГО КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА

В целях формирования конкурентоспособного туристического комплекса на территории целесообразно особое внимание уделять образовательному уровню населения данной территории и возможности использования человеческого капитала. Изменяющиеся требования к работникам сферы туризма со стороны бизнеса проявили ряд проблем в сложившейся системе подготовки кадров, в то время как поиск возможностей их преодоления приобрел важность как на уровне управления образованием и развитием туризма, так и на уровне государственной политики среди приоритетных направлений социально-экономического развития страны.

Potashева O.V. Problems and Possibilities for Formation of the Tourist Personnel Potential

It is reasonable to pay an especial attention to the educational level of population and opportunity to usage of human capital with the aim to form a competitive tourist complex at the given territory. The requirements to specialists of the tourism sphere from the part of business have revealed a number of problems in the developed system of the professional training while search of possibilities of their overcoming has got importance as at level of the education management and the tourism development management as at level of the state policy among the priority directions of social and economic development of the country.

Среди факторов социально-экономического развития в современных условиях региональной политики туризм выделяется приоритетным направлением активности экономики, способным повлиять как на эффективное целевое развитие территории, так и на повышение качества жизни населения, на формирование нового уровня человеческого капитала. Рассматривая туризм как сложное социальное явление, которое имеет много граней¹, обратим особое внимание на его уникальную особенность – привлекать к деятельности множество работников разного уровня образования, различных профессий и любого возраста. Многие из них во внешних условиях становятся составляющей туристского продукта региона, выступая основным фактором конкурентоспособности. Таким образом, признавая, что человеческий ресурс – самое главное в организации туризма, внимание уделим его профессиональной подготовке и изменяющимся квалификационным требованиям к работникам в сфере туризма.

Именно от компетенции кадров сегодня напрямую зависит эффективность турбизнеса и формирование положительного имиджа территории, развитие объектов инфраструктуры и социально-экономический эффект от инвестиций в туристское направление развития территории. В наборе компетенции работника и в мировой практике, и в опыте развития российского турбизнеса наиболее важными являются следующие: владение иностранными языками (как минимум двумя), коммуникативные способности, компьютерная грамотность, страноведческая или региональная подготовка, основы менеджмента и маркетинга организации, креативность, мобильность и адаптивность в работе специалиста.

В стране складывается конкурентный рынок туристских образовательных услуг в соответствии с разработанными специализациями и стандартом «Социально-культурный сервис и туризм». При этом спектр услуг, как и способы получения туристского образования, чрезвычайно разнообразен, стоимость обучения высока и зависит от взаимодействия представителя услуг с центральными ведущими учреждениями и первыми лицами, как в педагогической сфере, так и в сфере турбизнеса. Однако стремительное развитие Туризма в России выявляет все же значительное отставание сложившейся системы подготовки кадров от современных реалий турбизнеса и требований, предъявляемых к работникам.

Сегодня в ряду Российских проблем туристского образования специалисты научно-исследовательской деятельности по организации образовательного процесса и формирования кадрового потенциала в туризме выделяют:

1. Дефицит квалифицированных специалистов в сфере туризма на рынке труда, особенно не хватает менеджеров среднего звена и профильных специалистов сферы гостеприимства и сервиса.

2. Сложность трудоустройства выпускников образовательных учреждений по причине предпочтения руководителями при подборе «свежих» кадров выбирать самостоятельно «выращенных» или «переманенных» из других фирм работников². Самым существенным минусом при приеме на работу молодых кадров, как отмечают работодатели, является их слабая практическая подготовка, несмотря на наличие разных видов практик и стажировок.

3. Медленное становление общественно-государственной системы управления и привлечения работодателей к созданию образовательных стандартов и аккредитации образовательных программ заведений, готовящих кадры для туризма.

¹Зорин И.В., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности [Электронный ресурс] / И.В. Зорин и др. – Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/zorin.htm

² Титова Е.А. Туристское образование в России: проблемы и перспективы. с.314-323 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sgu.ru/files/nodes/9769/035.pdf>

4. Неэффективную систему финансирования образовательных учреждений, готовящих специалистов для туризма, в то время, когда есть возможность сконцентрировать частные и государственные финансы и средства на уровне частно-государственного партнерства.

5. Низкую степень развития системы непрерывного формализованного образования, включая уровень системы образования взрослых.

Особое внимание в решении перечисленных проблем в настоящее время уделяют изучению мирового опыта по организации и управлению туристским образованием и внедрению отечественного образования в международное образовательное пространство, совершенствованию системы стажировок и практик между учреждениями, ведущими подготовку кадров для сферы туризма. В качестве же основного инструмента повышения конкурентоспособности туристского образования в России необходимо выделить поиск и развитие принципиально новых подходов повышения эффективности управления образовательным процессом, оказывающих непосредственное влияние на качество подготовки специалистов и гибкость образовательных программ³.

Современный процесс развития туризма в России имеет прямое государственное сопровождение, что отражается в активизации работы по разработке и утверждению программно-целевых документов развития отрасли туризма и её кадрового обеспечения как в целом в стране, так и в регионах.

Карелия – регион, признанный зоной опережающего развития туризма в РФ. В соответствии с основными программными документами именно туризм в Карелии выделяют приоритетным направлением государственной политики в процессе управления развитием территории, и в последнее десятилетие разработаны целевые государственные программы по развитию туризма: «Стратегия развития туризма в РК», «Генеральная схема размещения объектов», целевые программы и отдельные проекты, в том числе касающиеся решения проблем подготовки туристских кадров. Становится очевидным, что формирование современного конкурентоспособного туристского комплекса на территории Республики Карелия – главная задача современного этапа развития региона. В результате последовательной целенаправленной работы по её реализации большинство Глав местных администраций оценили преимущества развития отрасли, но определить реальные меры по реализации намеченных планов, справиться с поставленными задачами сегодня возможности не имеют, как по причине имеющегося слабого финансирования, так в плане кадрового ресурса. Однако учить районных специалистов по туризму составлять бизнес-планы, привлекать инвестиции на создание современной туристской инфраструктуры, в том числе и за счет средств международных фондов, необходимо.

Формирование туристских дестинаций в Карелии одновременно выявило специфику кадрового обеспечения туризма необходимыми работниками по ряду специальностей: экскурсоводы, менеджеры организации (лица, умеющие принимать решения), проводники экстремальных видов туризма, специалисты сервиса и организации досуга (аниматоры, модераторы). С целью обеспечения растущих потребностей туристской отрасли в подготовке квалифицированных специалистов в республике уже создана система непрерывного туристского образования. Среди образовательных учреждений республики подготовку кадров для сферы туризма осуществляют как государственные образовательные учреждения, так и негосударственные: сложившаяся система подготовки кадров затрагивает все уровни образования – «длиною в жизнь» (табл. 1).

Кроме выделенных уровней традиционной системы подготовки кадров, есть сектор образовательных услуг населению, который служит дополнительным фактором удовлетворения потребности личности в знаниях и навыках и их использованию в своей жизнедеятельности. Это, прежде всего, различные виды деятельности некоммерческих общественных организаций и клубов по интересам. Всего туристским образованием в республике ежегодно охвачены более 2 тыс. чел., и этот показатель растет.

Дальнейшее совершенствование процесса подготовки кадров для туристской отрасли заключается в повышении качества и доступности туристского образования для жителей периферийных районов республики. Мы убеждены, что образование и подготовка специалистов в данной сфере могут стать более эффективными, а специалисты, получившие образование, конкурентоспособными. Для того, чтобы этого достичь, нужно уделять максимум внимания и уважения к истинным потребностям личности, как в самой сфере туризма, так и в государственных структурах управления образованием и местного самоуправления, что будет означать предложение качества образовательных услуг. Для достижения этой цели нужно экономично распорядиться ресурсами образовательного и научного потенциала республики. Проанализируем возможности сложившейся региональной системы подготовки туристских кадров в Карелии.

Во-первых, важным механизмом развития отрасли является её научно-методологическое обеспечение, а именно: определение истинных места и роли туризма в экономике Республики Карелия, оценка баланса спроса и предложения кадров по спектру специальностей на рынке труда для сферы туризма, выявление наиболее перспективных направлений развития туризма с целью представления туристского потенциала республики и формирования госзаказа для подготовки кадров.

³ «Актуальные проблемы развития туризма» 21 мая 2009 Стенограмма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.council.gov.ru/events/roundtbl/item/27/recommend.html>

Образовательные учреждения республики, ведущие подготовку кадров для сферы туризма

	Уровни образование	Специальность	Дополнительные квалификации	Очная	Заочная
<i>Среднее профессиональное</i>					
1.	Колледж технологии и предпринимательства, г. Петрозаводск	Туризм Гостиничный сервис Технология общественного питания	–	базовый повышенный платный базовый	платный
2.	НОУ Петрозаводский кооперативный техникум	Туризм Гостиничный сервис Технология общественного питания	–	платный	платное
3.	Петрозаводский педагогический колледж	Туризм	Организатор рекламного сервиса	базовый	–
4.	Сортавальский колледж	Гостиничный сервис Технология продукции общественного питания	Горничная, администратор, повар, кондитер. Пекарь. Официант, бармен	базовый повышенный	платное
5.	Северный колледж, г. Сегежа	Гостиничный сервис	–	базовый	–
6.	Петрозаводский филиал «Петровского колледжа»	Туризм Гостиничный сервис	Менеджер различных служб, офис-менеджер, референт, администратор, портье, горничная, туристский агент, разработчик тур, организатор тур, администратор отеля и гостиницы, секретарь-референт и офис-менеджер, групповод, экскурсовод	повышенный базовый платное	повышенный платное
<i>Высшие учебные заведения</i>					
7.	Петрозаводский Государственный Университет	Экологический туризм Ресторанный сервис Гостиничный сервис Туризм	Специалист по сервису и туризму, с присвоением дополнительной квалификации «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации» (английский язык)	–	платное
8.	Карельский филиал Института туризма	Менеджмент туризма Менеджмент гостеприимства Финансовый менеджмент	Курсы профессиональной переподготовки менеджмент туризма экскурсовод	платное	платное
9.	Карельский региональный институт управления экономики и права	Менеджмент туризма	Курсы профессиональной переподготовки менеджмент туризма	платное	–
<i>Дополнительное образование</i>					
10.	НОУ «Образование и карьера»	Администратор гостиницы, 70 ак. ч. (+ практика 2 нед.)	–	платное	–
11.	Центр непрерывного образования кадров «Карел-НОК»	Спецкурсы для государственных служащих	–	–	–
12.	Республиканский центр детского и юношеского туризма, г. Петрозаводск	21 образовательная программа по 4 направлениям, в т.ч.: - туристско-краеведческая, - физкультурно-спортивная	Гид-проводник, экскурсовод	–	–
13.	Учебно-методический центр «Квант»	–	–	–	–

Во-вторых, возможность активизации процессов интеграции или сетевого взаимодействия всех уровней образования и общественных организаций, ведущих образовательную деятельность, особенно в районах, что позволит разработать и тиражировать спецкурс лекций о роли туризма и возможностях личности реализовать себя в данной сфере. В целях повышения качества услуг и обратной связи с бизнесом следует привлекать в учебный процесс практиков и освещать успешный опыт их деятельности для повышения заинтересованности молодежи в будущей профессии.

Значительный опыт накоплен в Карелии в сфере международного и приграничного сотрудничества, который оказывает непосредственное влияние на процесс качества подготовки кадров и их соответствие международным требованиям к компетенции специалиста в сфере туризма. Партнерские связи следует усилить в направлении развития мобильности преподавателей и студентов учреждений образования.

В-третьих, проявилась необходимость в объединении и создании учебного центра переподготовки кадров для сферы туризма. В тесном взаимодействии с турбизнесом следует определить требования к компетенции специалиста, разработать инструмент «льгот» для работодателей в условиях возможного повышения квалификации их работников.

В России доля платного образования постоянно увеличивается, и потребитель все активнее проявляет интерес к тому, за что он платит деньги. Учитывая и сложившуюся в стране демографическую ситуацию, заметим, что в таких условиях между образовательными учреждениями все сильнее обостряется конкуренция за своего обучаемого специалиста. Для привлечения потребителя образовательным учреждениям приходится

доказывать, что качество предоставляемых ими образовательных услуг соответствует предъявляемым требованиям. Это в свою очередь является главной мотивационной составляющей происходящих изменений в системе профессиональной подготовки кадров.

Получается дилемма: как вписаться, не потеряв, как измениться, сохранив...⁴.

УДК [338.48+640.41]:004:371.3

Прусаков В.Б.

МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ТЕМЫ «ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ И ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ»

В статье раскрывается методика преподавания темы «Интернет-технологии в туризме и гостиничном бизнесе», ориентированная на современные требования к менеджеру в туристской сфере, включающие наличие знаний и навыков по созданию web-сайтов организации.

Prusakov V.B. The Technique of Teaching the Theme «The Internet Technologies in Tourism and the Hotel Business»

In the article, the technique of teaching the theme «The Internet Technologies in Tourism and the Hotel Business» focused on the modern requirements to a manager in the tourist sphere, including presence of knowledge and skills on creation of web sites of the organization has been specified.

Считается, что использование Интернет-технологий в туризме обусловлено существованием большого количества систем бронирования и основным направлением в обучении должно являться знакомство с этими системами и отработка операторских навыков. Таким образом, ставка делается в основном на выездной туризм, хотя куда полезнее было бы озаботиться въездным. Как же быть с теми, кто пытается (или будет пытаться) предложить рынку свой турпродукт? «Амадеус» при всём желании, наверное, не сможет обеспечить проезд куда-нибудь в Заонежье, в какой-нибудь гостевой дом.

Исходя из тенденций, проявляющихся в последнее время в сфере туристических услуг, можно утверждать, что владельцы турпродукта, стремясь избавиться от посредников в лице турфирм и турагентств, сами выходят на рынок с предложением своего товара. Это актуально в связи с тем, что фирмы-перевозчики также стараются отказаться от услуг систем бронирования, занимаясь бронированием и продажей авиа и прочих билетов напрямую клиентам.

Учитывая эти соображения, можно предположить, что студентов, получающих специальность менеджеров туризма, гостеприимства и финансов следует готовить для подобной деятельности. Общепринятым методом общения, как личного, так и делового в настоящее время является сеть Интернет. Следовательно, процесс предложения и продажи турпродукта наиболее рационально осуществлять именно через Интернет.

Технологически эти операции можно производить единственным способом, в основе которого лежит web-сайт продавца турпродукта. Крупный туроператор, с большим оборотом материальных ресурсов, может себе позволить прибегнуть к услугам профессиональных web-дизайнеров. Однако даже в этом случае, даже при безукоризненном дизайне, получившийся сайт, скорее всего, не будет удачным с точки зрения менеджера (ведь профессиональный разработчик сайтов не есть менеджер, тем более – туризм). Маленькая же турфирма, не имея такого количества средств, может только уповать на возможности менеджеров (возможности создать работоспособный сайт и поддерживать его).

Таким образом, обучение созданию web-сайтов – одна из основных задач преподавания информатики.

Основой обучения созданию web-сайтов является изучение языка разметки гипертекста – HTML. Конечно, этого недостаточно. Здесь необходимы знания и навыки работы с текстом, умение работать с таблицами, работа с графикой (навыки работы в графических редакторах, как в растровых (Paint, Photoshop), так и векторных (Corel Draw)). Для создания серьёзных сайтов (по типу Интернет-магазинов) необходимо также умение программировать вообще, и знание языков Java-script или VB-script. Кроме того, нужно быть в какой-то степени дизайнером (основные законы работы с цветом, со шрифтами, законы зрительного восприятия) не много психологом и т. п.

Однако в основе – HTML. К сожалению, студенты, узнав о существовании так называемых редакторах HTML, пытаются идти по пути наименьшего сопротивления, выполняя самостоятельные работы, например, в FrontPage, тем самым, перекладывая всю работу по разметке гипертекста на плечи этой программы, при этом не усваивая правила и законы разметки. Здесь, вероятно, будет правильным наложить категорический запрет на применение подобных программ, по крайней мере, до тех пор, пока технология ручной разметки не будет хотя бы удовлетворительно усвоена.

⁴ Новый мир: «гонка образования» вместо «гонки вооружений»? Андрей Кортунов, политолог, президент фонда «Новая Евразия» 24/09/2010 20:05 <http://finam.fm/archive-view/3091/>

Методика обучения языку HTML в общем-то достаточно проста. Понятие тегов, парных (дескрипторов, или контейнеров) и одиночных – несложно. Методически оправдано подавать группу тегов, решающих определённую задачу в форме web-документа, который можно просмотреть с помощью браузера и увидеть, как работают используемые теги. Этот способ позволяет пользоваться записями как справочником при дальнейшей самостоятельной работе.

Как правило, студенты без особых трудностей осваивают этот процесс. Проблемы начинаются, когда готовая страница почему-то не работает, или работает не совсем так, как ожидалось. Необходимость отладки web-документа обычно не вызывает у студентов особенного энтузиазма Система упражнений на поиск ошибок в специально подготовленном HTML-коде, очевидно, могла бы снять эту напряжённость если, конечно, на это есть время.

Однако техника разметки гипертекста – всего лишь техника. Существует много других сторон задачи создания сайта. Прежде всего, необходима чёткая постановка задачи; определение целей, для достижения которых создаётся сайт

В общем случае сайт позволяет осуществлять рекламу предприятия, оперативно знакомить клиентов с новыми предложениями, осуществлять продажу услуг в интерактивном режиме и решать другие важные задачи. Сайты условно делят на сайты-визитки, сайты-витрины, интернет-магазины.

Сайт-визитка – простейший вид сайта. Он содержит только контактную информацию и позволяет лишь обозначить присутствие предприятия в Интернете. Эта категория сайтов является наиболее дешёвой и практически не требует поддержки.

Сайт-витрина представляет собой логическое расширение сайта-визитки. На нем выкладывается вся необходимая информация о текущих предложениях, которая по мере надобности обновляется. При этом могут использоваться все возможности гипертекстового интерфейса и мультимедиа-технологий. Услуги заказываются традиционным путем – по телефону или факсу, возможен вариант использования электронной почты. Таким образом, сайт-витрина реализует только рекламные функции. Затраты на создание и администрирование такого сайта относительно невелики.

Интернет-магазин кроме тех функций, которые осуществляет сайт-витрина, принимает заказы и передает их менеджеру. Клиент такого магазина, как правило, осуществляет заказ, заполняя специальную электронную форму; автоматически передаваемую в базу данных заказов. Дальнейшая обработка заказа производится по обычной для компании схеме (автоматически, либо вручную).

Для того чтобы получить представление, как выглядит тот или иной сайт, полезно одно из занятий посвятить просмотру и анализу сайтов различных турфирм. Полезно рассмотреть сайт со всех сторон: как выглядит карта сайта, как организованы фреймы, какое место занимают иллюстрации, вообще, каков дизайн сайта с той точки зрения, что можно использовать в своих будущих работах, а что не стоит.

Создание сайта – последняя стадия обучения (всё-таки основа – изучение HTML требует достаточно много времени: каждую группу тегов надо оформить в виде web-страницы, просмотреть её в web-браузере, выполнить самостоятельные задания). Придумать гипотетическую предметную область в качестве основы для сайта под силу далеко не каждому студенту, поэтому работа эта ложится на плечи преподавателя (вероятно, нужно не только придумать и описать различные варианты турфирм, но и подготовить подборки материалов (иллюстраций), соответствующих этим вариантам. Первый шаг – создание сайта-визитки, который затем расширить до сайта-витрины. Интернет-магазин – более сложная задача, которая, к тому же, едва ли может быть решена без предварительного изучения программирования. Может быть, эту часть работы стоит отнести на более позднее время. Хотя, какие-то интерактивные элементы можно выполнить и во время разработки сайтов, конечно, с помощью преподавателя.

С точки зрения технологии разницы между сайтами турфирмы и гостиницы нет. Вопрос только в содержании. Поэтому при переходе от чисто учебных работ к работе над сайтами для групп гостиничного менеджмента следует готовить соответствующие описания предметных областей и иллюстративного материала.

Вопросы размещения сайта по понятным причинам приходится рассматривать только теоретически. При наличии достаточного времени можно предложить студентам осуществить поиск серверов в Интернете и ознакомиться с правилами, касающимися размещения на них web-документов.

Разумеется, могут быть и другие подходы к методике обучения созданию сайтов. Например, можно опираться на многочисленные HTML-редакторы. Однако при этом подходе сущность HTML-кода остаётся в стороне и его корректировка, отладка, изменение становится затруднительным. Тем более, общеизвестно, что web-документ, выполненный с помощью HTML-редактора, практически всегда нуждается в ручной отладке. Таким образом, единственно верным является изучение языка HTML и ручного создания сайта.

Конечно, в рамках учебного времени, отведённого на обучение созданию сайта не стать профессиональным web-дизайнером, но тем не менее, как показывает опыт, добротный сайт научиться сделать можно. По крайней мере, первоначальный толчок будет получен, а совершенствовать свои навыки можно уже самостоятельно.

ВОЗМОЖНОСТИ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ДЛЯ ТУРИНДУСТРИИ

Кадры для туриндустрии Карелии обучаются в детском туризме (подготовка инструкторов-проводников и экскурсоводов в РЦДЮТ).

Stepanova G.I. Opportunities of the Children's Tourism in Training for the Tourism Industry

The personnel for the tourism industry in Karelia has trained in the children's tourism (training of instructors-guides and tour-guides in RCCYT).

Республиканский центр детского и юношеского туризма – старейшее республиканское внешкольное учреждение, образовано 12 апреля 1941 г.

Вместе с комсомолом станция стала инициатором военно-патриотического движения «Лыжня Антикайнена». Тысячи молодых людей прошли по следам героев Великой Отечественной и гражданской войн, помогая ветеранам и ухаживая за памятниками на местах боев. Большая воспитательная работа педагогов станции помогла определиться многим воспитанникам в дальнейшей жизни, закалить характер.

В РЦДЮТ занимаются 720 детей; на протяжении последних 3-х лет контингент стабилен, отсев в пределах допустимой нормы.

Центр реализует 21 образовательную программу по 4 направленностям: туристско-краеведческая, эколого-биологическая, физкультурно-спортивная, военно-патриотическая. Во всех образовательных программах присутствуют, прежде всего, туристская составляющая с активными оздоровительными формами работы с обучающимися.

Миссия Республиканского центра детского и юношеского туризма научить любого ребенка, подростка, молодого человека и педагога *находить в каждом путешествии определенный смысл нашей жизни: и философский и практический, ощущать себя в непрерывно обновляемом потоке жизни, извлекать пользу – в постоянной новизне практических знаний обо всем, что нас окружает.*

Реализуя определенную педагогами и социумом миссию, Центр определил следующие **цели и задачи**:

– Развитие познавательных способностей детей, подростков и молодежи, удовлетворение их интересов и потребностей в области туризма, краеведения и экологии; оздоровление и становление у них мотивационных установок положительной направленности.

– Образовательный процесс в учреждении носит личностно-ориентированный характер и его основой является гуманизация отношений всех участников процесса.

Осуществляют всю педагогическую деятельность в Центре 30 педагогов и руководителей, из них 20 имеют высшую категорию, 5 человека – 1 категорию, 5 человек – 2 категорию.

Коллектив Центра небольшой, стабильный и очень дружный, а самое главное, хорошо профессионально мотивированный. Высокий профессионализм педагогов позволяет с успехом провести мероприятия любого ранга для детей города, района, республики, федеральные и международные соревнования. Все образовательные программы получили признание среди педагогов республики и на федеральном уровне. Коллектив разработал уникальные методики по обучению в интерьере крестьянской «Карельской избы» детского и взрослого населения навыкам и умениям карелов, велосов, русских жителей 19 в. Такое интерактивное погружение позволяет лучше понять истоки самобытной национальной культуры карел. Авторские программы «Деревенское детство» и «Карельская изба» стали лауреатами Всероссийского конкурса.

На рынке образовательных услуг все программы и методики, разработанные Центром, востребованы и пользуются популярностью.

Водный туризм Карелии всегда привлекал молодежь. Возможность активно отдохнуть в живописных, но труднодоступных уголках страны, испытать себя в потоке водной стихии, увидеть интересные места, о которых много слышал, - все это можно получить, отправляясь в водный поход. Но его организация и проведение не только удовольствие, но и большой труд, труд, необходимый для совершенствования мастерства участников похода, для сплочения коллектива, для воспитания себя и реализации своих возможностей в экстремальных условиях и проверки туристского снаряжения. А для этого необходима целенаправленная работа в объединениях, где опытные педагоги могут дать необходимые знания, помочь в трудной ситуации, подсказать и научить туристским навыкам.

Водное путешествие таит в себе большую опасность, и надо иметь хорошие навыки и умения, чтобы пройти сложные участки маршрута безаварийно, по намеченной линии движения в порогах, организовать быт для полноценного отдыха. Одной из форм проверки туристских навыков, знания динамики водного потока, умения управлять байдаркой и катамараном являются соревнования. Соревнования по водному туризму давно проводятся в различных регионах страны, но в то же время необходимы соревнования на российском уровне, где можно сравнить свои силы с лучшими командами России, обменяться опытом в тактике и технике преодоления препятствий, увидеть новинки водного снаряжения.

С 2001 г. РЦДЮТ совместно с Федеральным центром детско-юношеского туризма и краеведения проводит Первенство России по водному туризму среди учащихся и с 2004 г. Первенство России по рафтингу среди юниоров проводилось впервые в России и помогло становлению данного вида туризма среди российской молодежи. Сегодня рафтинг стал популярным видом спорта среди молодежи. Ранняя специализация юниорских команд позволила подготовить сильные команды из числа молодежных участников на первенство Европы и Мира. Так в июне 2010 г. весь пьедестал на Чемпионате Европы был Российским. Достойное место среди юниорских команд занимают воспитанники Карельского Республиканского центра детского и юношеского туризма, которые становились неоднократными призерами Первенства и Кубка СЗФО и Первенства РФ по рафтингу видам водного туризма.

Спортивно-оздоровительные программы Центра получили высокую оценку и признание у международной общественности и правительства республики Карелия во время международного лагеря по программе «Award» – программе самосовершенствования молодого человека. Центр предполагает дальнейшее совершенствование методик и распространение их среди учащейся и студенческой молодежи республики.

С 2000 г. Центр реализует программу подготовки «Инструкторов-проводников», получил лицензию на профессиональное обучение и подготовку инструкторов-проводников для спортивного и коммерческого туризма. Все выпускники этой программы востребованы в туристских фирмах, получили профессию в наше нестабильное время. С 2005 г. в Центре реализуется Программа профессиональной подготовки экскурсоводов. Основное направление подготовки данных категорий работников – это обучение наряду с теоретическими знаниями практическим навыкам работы с туристами и экскурсантами непосредственно на маршрутах – туристских и экскурсионных.

Республиканский центр активно сотрудничает с профессиональными колледжами по подготовке педагогов физкультуры и дополнительного образования с основами туризма, менеджеров по туризму и гостиничному хозяйству, предоставляя возможность прохождения практики на базе учреждения.

Разработанные новые технологии с изучением системы GPS и Глонас (геокешинг) активно применяются в работе с молодежью и обучающимися для туристско-краеведческой работы и являются новым направлением для привлечения туристов в регион. Это отдельный вид туристской деятельности, у которого большие перспективы на рынке туристских услуг. Педагоги центра разработали технологии для применения геокешинга в экскурсионной работе и на туристских маршрутах Карелии. Для молодежи здесь открываются большие перспективы для творчества и новых идей, а для республики возможен приток туристов.

Не менее интересно для открытия нового направления туризма создание бренда Карелии и города Петрозаводска – использование территории бывшего Онежского тракторного завода в пойме р. Лососинки для организации мини Диснейленда по изучению эпоса Калевалы с организацией производства мельницы Сампо в кузнице и всего цикла производства металла из болотной руды с водяной тягой. Подобные проекты в Финляндии очень популярны среди туристов (это рудник в Отокумпу и центр физических явлений «Эврика» в местечке Тиккурила в Хельсинки, Дом Астрид Лингренд по ее сказкам в Швеции в Стокгольме).

УДК 658.3, 640.41

Стрельников А.В.

ПРОБЛЕМЫ ОБУЧЕНИЯ СОТРУДНИКОВ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Статья посвящена проблемам формирования комплексных систем обучения гостиничного персонала. Рассмотрен опыт международных и российский гостиничных сетей по программам обучения персонала, описаны стандартные этапы построения системы обучения в гостинице, а также типы мотивации персонала на обучение.

Strelnikov A.V. The Problems in Training of the Tourism Industry Personnel

The article deals with the problems relating to formation of the complex systems of training for the personnel in hotels. The experience of international and Russian hotel networks on the programs of training of the personnel is considered. The normal stages of construction of the training system in a hotel, and types of motivation of the personnel to the training are described as well.

В Москве практически все западные гостиничные сети ранга Marriott и Le Royal Meridien National регулярно проводят специальные тренинги для своих сотрудников.

Корпоративный лозунг сети National звучит так: «У нас есть только один шанс произвести на гостей хорошее впечатление – второго может не оказаться». Сотрудники National занимаются по эксклюзивным программам, разработанным западными консультантами. В процессе обучения их знакомят с историей гостиничной сети, стратегией ее развития, рассказывают о функциях различных служб и т. п. Затем идет погружение в специальность: официантов учат ресторанному этикету и искусству презентации блюд, а ресепшенистов – технике продаж. Для сотрудников на ресепшн в этом отеле есть специальный тренинг «Up selling». Он рассчитан на то, чтобы продать гостю самый дорогой номер. Здесь требуется особая технология общения. С ее помощью гостя-бизнесмена можно убедить, что технически оснащенный номер (скажем,

с факсом и компьютером) на VIP-этаже подойдет ему больше, чем обычный, хотя стоит он на 40 долл. дороже. В другом случае полезной может оказаться информация о виде из окна, сауне и даже бесплатной минеральной воде¹.

В National есть также ряд узкоспециализированных тренингов, например, по работе с японскими гостями. Он сводится к изучению ритуалов, начиная с подачи блюд и заканчивая подготовкой номера. Чтобы правильно общаться с клиентами, все сотрудники посещают обязательные тренинги по развитию коммуникативных навыков. Специальные учебные программы существуют и для специалистов отдела маркетинга, и для высшего руководства гостиниц: по изучению основ и методов управления, бизнес-планированию, ценообразованию и т.д.

Одним из лидеров по программам обучения персонала можно назвать отель «Ритц-Карлтон Москва». По мнению руководства этого отеля, они вкладывают большие средства в обучение персонала и различные тренинги – может быть, как никто на рынке, но это позволяет компании сохранить инвестиции². Каждому своему работнику в отеле до кризиса гарантировалось 120 часов обучения в год. В США на протяжении всей карьеры сотрудника данной гостиничной сети инвестируется в его обучение более 1 млн долл. Совершенно очевидно, что никто, конечно, не получает этих денег в конверте – на кого-то компания тратит меньше, кто-то уходит из гостиничного бизнеса, но в целом, именно в эту сумму гостиничной сети обходится обучение сотрудника. Причем имеются в виду не только топ-менеджеры сети, но официанты и горничные, другие сотрудники. В результате текучесть кадров в этой гостиничной сети невысока. В США значение данного показателя по этой сети на 80 % ниже, чем у ближайших конкурентов.

Система обучения в гостиницах сети Marriott включает несколько направлений. Первое — вводное занятие для новых сотрудников, на это уходит три дня. Их знакомят с компанией и ее историей, основами корпоративной культуры, с техникой безопасности и т.п. Кроме того, в течение первых трех месяцев проводится программа адаптации новичков.

Во-вторых, сотрудников постоянно учат на рабочих местах. Тем, кто занят непосредственно обслуживанием гостей, преподают технологии работы в сфере гостеприимства, стресс-менеджмент, телефонный этикет и т. д. А менеджеры обучаются основам управления. Например, сертифицированные тренеры Marriott проводят тренинг «Семь навыков высокоэффективных людей» по Стивену Кови³.

Помимо обучения у сотрудников Marriott есть еще один важный стандарт – маленькая книжечка с девизами. Это правила поведения по отношению к гостям и отелю, разработанные в штаб-квартире. Девизы меняются каждый день, и всего их 20 – по одному на каждый рабочий день месяца (для субботы и воскресенья лозунгов не предусмотрено). Можно привести пример, когда в Милане директор Marriott Milan Санто Альба достал из кармана книжечку: «Сегодняшний девиз — «Я с гордостью представляю отель Marriott»⁴. По такому же девизу в этот день живут сотрудники всех отелей Marriott в мире. Лозунги для других дней звучат не менее пафосно: «Я радушно встречаю каждого клиента», «Я умею работать в команде» и т. п. Каждый день в отелях Marriott начинается с 15-минутного собрания, где сотрудникам напоминают девиз дня, а по уик-эндам проводится разбор прошедшей недели.

Обычно персонал относится к подобным лозунгам скептически. Но, как уверяют менеджеры Marriott, со временем жизнь по девизу входит в привычку, ведь девизы дня – это не просто лозунг. Сотрудникам разъясняют, что они обозначают и как их выполнять. Например, девиз «Я предугадываю желания гостя» означает, что сотрудник должен обращать особое внимание на настроение гостя, слушать его.

Российские гостиничные сети также разрабатывают свои программы обучения персонала. Так AZIMUT Hotels Company летом 2008 г. объявила о начале двух новых проектов Корпоративного Университета: «Профилирование должностей» и «Система дистанционного обучения». Проект «Профилирование должностей» был создан для оценки кадрового потенциала Компании и разработки соответствующих программ развития. В рамках проекта были проведены встречи с руководителями служб «Приема и размещения», «Содержания помещений» и HR⁵. Проект «Система дистанционного обучения» создан для оперативной передачи в регионы всех нововведений и изменений, касающихся обучения сотрудников, а также предоставления необходимой литературы в электронном виде. Специально под проект разработан интернет-портал. Корпоративный, созданный данной гостиничной сетью Университет AZIMUT Hotels Company, официально начал работу в январе 2007 г. Это первый в России корпоративный университет, выпускающий профессиональные кадры для гостиничного бизнеса в рамках концепции развития бренда.

Хорошая система обучения персонала сложилась и в гостиничной сети «Heliopark Hotels & Resorts» (табл. 1).

¹ Ипатова Ю. Уроки гостеприимства. Журнал «Секрет фирмы», № 14, 2003.

² Восставший из «Интуриста» Оливер Эллер: в Ritz-Carlton клиент не всегда прав (18.12.2006 г.).

³ Кови С. «Семь навыков высокоэффективных людей. Мощные инструменты развития личности», М. Альпина Паблишерс, 2010.

⁴ Фуколова Ю. Инженеры обслуживания. Журнал «Секрет фирмы». № 18, 2008.

⁵ AZIMUT Hotels Company внедряет новые стандарты подготовки специалистов. 17 июля 2008 14:14 ProHotel.ru

Тренинги службы приема и размещения (ФО), июль 2009 г.

Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
		Бронирование номеров (типы бронирования, методы оплаты, продление брони)	Процедуры check-in и check-out (способы минимизации времени обслуживания гостей)	Правила выдачи и использования дисконтных карт (Положение о программе поощрения постоянных гостей)	Работа с гостевыми чеками	Порядок работы с забытыми вещами
Правила проживания гостей в отелях сети «HELIO PARK Hotels & Resorts»	Оформление и регистрация иностранных граждан	Встреча / размещение организованных групп гостей, подготовка к корпоративным заездам	Конфликтные ситуации с гостем, жалобы гостей	Стандарты внешнего вида сотрудников службы ФО	Международные акты в сфере гостиничного бизнеса	Системы классификации гостиниц, ГОСТ РФ «Туристско-экскурсионное обслуживание гостиниц»
Правила проведения корректировок	Прием и передача смены, ведение тетради передачи смены	Действия администратора в чрезвычайной ситуации (в т.ч. вызов скорой помощи, поведение при несчастном случае с гостем и т.д.)	Работа с банковскими картами (оплата товара, авторизация, оплата услуг по распоряжению держателя карты без предъявления, работа на ручном импринтере)	Программа комплиментов для отдельных категорий гостей: VIP гостей, молодоженов, в дни рождения.	Документооборот ФО	Отели сети HELIO PARK Hotels & Resorts
Сохранение конфиденциальности сведений о гостях и общая безопасность гостя	Работа с кодом 120	Внесение и хранение данных в модуле «История гостей и фирм» (привязка к истории)	Ведение кассы (выдача чека, ведение книги кассира-операциониста, снятие X-отчета и Z-отчета, Правила работы на ККМ, работа с детектором банкнот)	Техника безопасности на рабочем месте	Начисление ущерба в номерах и гостевых зонах	Клиентоориентированность
Алгоритм действий администратора при Ночном аудите (на базе Контрольного листа)	Дополнительные услуги гостиницы (спецпредложения, программы и пр.)	Телефонный этикет (вкл. речевой этикет)	Правила предоставления гостиничных услуг в РФ и др. нормативные акты РФ в сфере гостиничных услуг			

Независимые гостиничные предприятия также разрабатывают собственные программы обучения. Так начальник отдела кадров гостиницы «Татьяна» разработала и использует следующую программу обучения сотрудников (табл. 2).

Таблица 2

Программа обучения сотрудников гостиницы «Татьяна»

№ п/п	Тема занятия	Краткое содержание
1	Введение в должность	Экскурсия по гостинице Знакомство с отделами гостиницы Правила внутреннего трудового распорядка Правила личной гигиены и наличие мед. книжки Техника безопасности Материальная ответственность
2	Основы профессионального обслуживания гостей	Специфика сферы услуг Потребности и ожидания гостей Что определяет мнение клиента об услуге Три роли персонала Основы коммуникации Важность первого впечатления Взаимодействие между службами Работа в команде
3	Основы эффективного общения	Средства общения Препятствия общения. Преодоление препятствий Умение слушать Типы вопросов Переформулировка Схема эффективного общения Анализ взаимодействия личности Знаки признания

№ п/п	Тема занятия	Краткое содержание
4	Эффективное использование телефона	Важность качественного обслуживания по телефону Важность поведения Типы вопросов Искусство слушать Слова и выражения Навыки телефонного разговора
5	Жалобы клиентов	В чем состоит ценность жалоб Классификация жалоб и возражений Оптимальный ответ на жалобу Правила рассмотрения жалоб
6	Управление собой и своим временем	Отношение к времени в разных культурах Поглотители времени и как с ними бороться Принципы планирования времени Установление приоритетов Систематизированный анализ актуальных задач Делегирование
7	Обучение обучающихся	Постановка педагогических задач Методика проведения занятий Практическое применение полученных знаний

Основные этапы построения системы обучения персонала в гостиницах

Можно выделить следующие стандартные этапы построения системы обучения в гостинице⁶:

1. Составление списка компетенций и описание должностей сотрудников гостиницы по службам и отделам.
2. Диагностика мотивации сотрудников гостиницы на обучение.
3. Диагностика потребностей в обучении сотрудников по службам и отделам с учетом целей и планов развития гостиницы.
4. Разработка концепции и утверждение системы обучения в гостинице.
5. Разработка программ обучения и составление плана обучения сотрудников на год.
6. Выбор и утверждение преподавателей, тренеров или консалтинговых компаний для проведения обучения.
7. Расчет и утверждение бюджета на обучение на год.
8. Разработка и утверждение процедур, методик и точек контроля для оценки эффективности обучения.
9. Разработка и внедрение системы аттестации сотрудников.
10. Внесение изменений (если это необходимо) в корпоративную культуру и систему мотивации (как ее части) сотрудников в гостинице.
11. Проведение обучения сотрудников.
12. Внесение изменений и оптимизация разработанной системы обучения в процессе ее внедрения.

Система обучения в гостинице создается не на один год, поэтому при ее разработке важно учитывать возможность ее дальнейшего развития и модификации. Поэтому она должна быть комплексной и строиться на принципах развивающего и многоэтапного обучения всех категорий сотрудников. Также важно учитывать особенности обучения разных категорий сотрудников. Поэтому в системе обучения должны быть:

- схемы последовательного обучения рядовых сотрудников (обновляемые от года к году);
- программы индивидуального и выборочного обучения топ – менеджеров и сотрудников кадрового резерва;
- программы долгосрочного обучения наиболее ценных сотрудников компании (например, второе высшее или MBA за счет компании, что требует дополнительной разработки юридической документации – «Ученический договор» и т.п.) и т.д.

Не будем рассматривать все эти этапы подробно из-за ограниченности объемов статьи. Остановимся только на очень важном втором этапе – «Диагностика мотивации сотрудников гостиницы на обучение». Существует несколько типов мотивации персонала на обучение (табл. 3).

Именно от правильной оценки системы мотивации конкретного сотрудника и построения в соответствии с ней программы его обучения, а также системы стимулирования персонала и контроля за применением знаний и навыков, полученных на соответствующих образовательных программах и будет зависеть, в конечном счете, эффективность всей системы обучения персонала в гостиницах.

⁶ По материалам сайта www.5elements.ru

Типы мотивации персонала на обучение⁷

Тип мотивации	1 вариант определения	2 вариант определения	3 вариант определения
Внутренняя мотивация	Мотивация участников самих себя, личная. Т.е. желание самого сотрудника обучаться, познавать новое, внутренняя побудительная сила.	Материальная и нематериальная мотивация компанией своего персонала.	Трансляция имиджа компании и организационной культуры и создание определенного имиджа и культуры внутри компании.
Внешняя мотивация	Материальная и нематериальная мотивация компаний.	Мотивация преподавателем или тренером через само обучение (относится в большей степени к внешнему обучению).	Трансляция определенного имиджа и организационной культуры вовне (относится к кандидатам на вакансии компании).

Совершенно очевидно, что система обучения должна постоянно совершенствоваться. Можно выделить следующие три основных этапа совершенствования сложившейся в гостинице системы обучения:

1 этап. Аудит существующей системы обучения:

- оценка эффективности: оценка эффективности системы обучения и развития персонала, оценка эффективности конкретных программ обучения, оценка качества конкретных программ обучения и развития;
- анализ потребностей в обучении: анализ потребностей в организационных изменениях, анализ потребностей в обучении и развитии персонала;
- выявление ресурсов эффективности.

2 этап. Оптимизация (совершенствование) существующей системы обучения:

- разработка модели ключевых компетенций;
- разработка корпоративных стандартов;
- разработка программ корпоративного обучения и развития, проектов управления знаниями.

3 этап. Внедрение изменений в существующую систему обучения:

- создание системы стимулирования персонала к обучению и развитию;
- создание системы контроля процессов обучения и развития;
- проведение обучения руководителей;
- организация регулярного мониторинга основных показателей эффективности.

В целом можно отметить, что система обучения персонала в гостиницах должна быть основана на основе принципа постоянного изменения в соответствии с внешними и внутренними изменениями в гостинице, а также с учетом эффективности различных форм обучения.

УДК 378.4:004.738.5

Холопова Л.Е.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕСТИРОВАНИЯ ПРИ САМООБСЛЕДОВАНИИ И АККРЕДИТАЦИИ ВУЗОВ

Интернет-тестирование является современным методом контроля знаний студентов для целей аттестации высшего учебного заведения на соответствие содержания, уровня и качества подготовки выпускников вуза требованиям государственных образовательных стандартов. Однако использование Интернет-тестирования требует решения ряда проблем для объективной, независимой и корректной оценки уровня преподавания и качества подготовки студентов при всех несомненных преимуществах данной технологии.

Kholopova L.E. Using the Internet Testing in the Process of Self-Examination and Accreditation of Higher Education Institutes

The Internet testing is a modern method of control on the knowledge of students for certification of a higher educational institution on conformity of the maintenance, level, and quality of preparation of graduates of high school to requirements of the state educational standards. However, use of the Internet testing demands the decision of some problems for an objective, independent and correct estimation of level of teaching and quality of students' preparation at all doubtless advantages of the given technology.

Оценка качества подготовки выпускников является одной из важнейших задач в современном образовательном пространстве. Поэтому, с периодичностью один раз в пять лет, институты, университеты страны и их филиалы проходят аккредитацию на подтверждения статуса высшего учебного заведения. Целью аккредитации является установление соответствия содержания, уровня и качества подготовки выпускников вуза требованиям государственных образовательных стандартов (ГОС).

⁷ Чумакова А.А. Маркетинг обучения в компании. С сайта <http://www.arsvitae.ru>

Ранее такая процедура проходила в виде тестирования (аттестационных педагогических измерений) и требовала от вуза больших усилий на разработку тестовых материалов, их сертификацию, а также на обучение персонала, способного не только корректно провести педагогические измерения, но и обработать, грамотно проанализировать и интерпретировать их результаты. Использование разных тестовых материалов не позволяло объективно сравнивать результаты не только с другими вузами, но и с главным критерием – требованиями ГОС, а также приводило к тому, что результаты самообследования не совпадали с результатами комплексной проверки вуза.

Контроль знаний студентов для целей аттестации высшего учебного заведения имеет определенные особенности, связанные с:

- объектом исследования (учебные достижения группы, курса, всех студентов ООП, а не отдельных студентов);
- видом контроля (контроль остаточных знаний, после изучения дисциплины или цикла дисциплин);
- содержанием контроля (оценка всех элементов, дидактических единиц содержания дисциплины или цикла дисциплин по ГОС на заданном уровне);
- шкалой оценивания (бинарная оценка, т.е. освоил – не освоил);
- характером процедуры (массовое оценивание в ограниченные сроки).

Таким образом, имеющиеся в вузах тестовые и контрольные материалы, созданные для оценки текущей успеваемости студентов, их достижений и дифференциации по пятибалльной шкале оценок, как правило, не могут быть использованы в целях аттестации отдельных образовательных программ и вуза в целом.

Помощь вузам в проведении самообследования, а также для объективной сравнительной оценки качества подготовки студентов в высших учебных заведениях одного профиля может обеспечить единый федеральный банк измерительных материалов и единая технология обработки результатов. Такой подход позволяет реализовать принципы открытости и прозрачности оценочных процедур и, что возможно наиболее актуально сегодня, на деле обеспечить требование независимости процедуры оценки, как от органов управления образованием, так и от вуза.

Национальным аккредитационным агентством в сфере образования разработана технология компьютерного тестирования с использованием сети Интернет («Интернет-экзамен в сфере профессионального образования»). Первостепенной задачей Интернет-экзамена является реализация в системе профессионального образования технологии массового тестирования, позволяющей диагностировать состояние базовой подготовки студентов и оценивать ее на соответствие требованиям образовательных стандартов¹.

Хотя целью создания технологии Интернет-экзамена является, прежде всего, помощь вузам в процедуре самообследования при подготовке к проведению комплексной оценки, Интернет-экзамен может стать необходимым звеном в структуре внутривузовских и межвузовских систем гарантии качества образования.

Анализ публикаций, материалов конференций и семинаров, а также обсуждений на сайте www.fego.ru показывает, что использование технологии и материалов Интернет-экзамена для самообследования и для комплексной оценки состояния преподавания в том или ином вузе имеет несомненные преимущества, но в тоже время существует ряд проблем и нерешенных вопросов.

Преимущества:

- для Интернет-тестирования используются единые измерительные материалы и единая независимая система оценивания;
- любой вуз может участвовать в Интернет-экзамене на принципах добровольности и доверия, самостоятельно планируя объемы тестирования и процедуру проведения (on-line или off-line);
- результаты являются конфиденциальными для окружающих и направляются только в вуз для проведения самоанализа;
- экзамен проходит дважды в год по всей стране (в мае и декабре) и не только для выпускников, но и для студентов 2, 3, 4 курсов;
- регулярное его применение позволяет проводить процедуру мониторинга качества подготовки студентов и программ на соответствие выполнения ГОС и сравнение с аналогичными программами других вузов и вносить необходимые коррективы;
- заинтересованность всех участников:
 - студентов (самодиагностика);
 - преподавателей (диагностика «слабых мест»);
 - руководства вуза (подготовка к самообследованию и комплексной оценке; управление качеством подготовки специалистов);

¹ Киселева В.П., Масленников А.С., Тикина Г.П. Оценка качества подготовки студентов по результатам интернет-экзамена в сфере профессионального образования // Развитие тестовых технологий в России. Тезисы докладов IX Всероссийско научно-методической конференции. – М.: ФГУ «Федеральный центр тестирования», 2007.

- родителей (предоставил ли вуз все возможности для освоения студентами предметов на уровне ГОС);
- вуза в целом (избежать стрессовых ситуаций при внеочередных проверках);
- работодателей, попечительский совет (как выглядят программы вуза на общероссийском фоне);
- Рособнадзора (определение общероссийского уровня качества подготовки в целом: огромный охват в отличие от разовых выездов, доброжелательное отношение академической общественности);

– оперативность проведения и обработки (практически в режиме реального времени). Интегрированная аналитическая информация поступает в вузы в течение месяца по окончании экзамена;

– при наличии внешних наблюдателей – сертифицированных экспертов (по желанию вуза или в процессе комплексной оценки работы учебного заведения) результаты могут рассматриваться как официальные;

– на сайте в Интернете размещены тесты-тренажеры, которые студенты и преподаватели могут использовать при подготовке к Интернет-тестированию. От этапа к этапу базы только пополняются, и регулярная работа с репетиционными тестами поможет получить лучшие результаты при контрольном тестировании.

Однако существует ряд проблем и, в связи с этим, ряд вопросов.

Так, тесты по английскому языку по некоторым специальностям не соответствуют собственно специальности в плане выбора лексики в целом и тематического материала в текстах для чтения в частности. Например, тесты по дисциплине «Английский язык» для турменеджеров, математиков, математиков, физиков, медиков и т.д. абсолютно идентичны, что собственно не удивительно, если мы рассмотрим для примера материалы демонстрационного варианта Интернет-экзамена для дисциплины «Английский язык» специальности «Социально-культурный сервис и туризм», опубликованные в марте 2010 г.

Задания разделов «Лексика», «Письмо», «Чтение» предполагают знание деловой лексики, что возможно при изучении курса «Деловой английский», который вводится в программу обучения в туристском вузе на старших этапах обучения, а на большинстве факультетов не изучается вообще. И в связи с тем, что данный тест универсальный для всех специальностей, нет ни одного задания на профессиональную лексику и термины.

Раздел «Грамматика» проверяет усвоение грамматического материала, но предложения, предлагаемые для выбора грамматических форм, также основаны не на профессиональной, а на учебной лексике.

Раздел «Речевой этикет» содержит диалогические единства из сферы повседневного, а не профессионального общения (например, между турагентом или менеджером отеля и клиентом).

Дидактическая единица «Культура и традиции стран изучаемого языка» предлагает в основном задания, связанные с географией, национальными символами и выдающимися личностями. Тем не менее, будущие специалисты сферы туризма должны во время тестирования демонстрировать и знание традиций, обычаев, событий, менталитета и достопримечательностей стран.

При обсуждении данной проблемы на Интернет-сайте куратор по дисциплине «Английский язык» ответил: «Вынуждены согласиться, что такие факторы, как объем банка заданий и количество разработчиков теста, не всегда позволяют тщательно отслеживать валидность (обоснованность) предлагаемых заданий». Также было отмечено, что обновлять целиком базы тестовых материалов на каждый этап Интернет-экзамена возможности, к сожалению, нет. Таким образом, можно сделать вывод, что тесты, к примеру, по английскому языку, имеющие профессиональную направленность – дело не столь близкого будущего.

Другой вопрос, который волнует студентов и преподавателей: «Можно ли оценки, полученные по итогам тестирования при аккредитации вуза заносить в зачетные книжки и дипломы?». По мнению организаторов Интернет-тестирования, оценки, полученные по итогам тестирования при аккредитации, никак не связаны с оценками, которые студенты получают в процессе обучения, хотя в вузе может приниматься иное решение по этому вопросу. Однако, учитывая вышеизложенную проблему, оно вряд ли может быть иным.

Следующее, на чем хотелось бы остановиться – это ошибки в тестах, а также ситуации, когда два варианта возможны.

Например, в одном из английских тестов было задание «Библиотека конгресса США находится в _____». Правильный ответ: Вашингтон. Но среди вариантов ответа этот город отсутствует. Таким образом, верный ответ на этот вопрос невозможен.

Какие должны быть действия со стороны студента?

– Не отвечать, пропускать вопрос.

– Выбрать в качестве правильного ответа другой город (какой?).

Другой пример: Реплика «Can I help you? (Могу ли я вам помочь?)» и варианты ответа:

1. Да.

2. Если вас не затруднит.

3. Не откажите в любезности.

Но разные люди в подобной ситуации могут ответить по-разному.

Существует и такая проблема, как отсутствие возможности ознакомиться с протоколом ошибок. А ведь решается судьба студентов, преподавателей, кафедр, учебных заведений (особенно негосударственных).

Не из праздного любопытства хочется знать, на какие вопросы были даны неправильные ответы, и студенты задают соответствующие вопросы.

Такая ситуация возникает регулярно каждый год и почти на каждом тесте. Студенты начинают предъявлять претензии: «Я уверен, что на такие-то вопросы отвечал правильно, а почему тогда у меня так мало процентов». Это же волнует и преподавателей. Возможность ознакомиться с протоколом ошибок позволила бы проанализировать работы студентов и понять, какую коррекцию требуется проводить как при подготовке к следующему тестированию, так и при преподавании дисциплин. Необходимо разработать методику использования результатов Интернет-экзамена в процедурах оценки знаний, как на уровне каждого конкретного вуза, так и на уровне вышестоящих контролирующих органов.

Наконец, следует разработать выбор базовых учебников для подготовки к Интернет-тестированию в сфере профессионального образования по каждой дисциплине для конкретной специальности.

Активное внедрение в учебный процесс образовательных учреждений компьютерных технологий, оказывающих существенное влияние на повышение качества подготовки студентов, является неотъемлемой частью современного образования. Интернет-технологии уверенно вошли в практику работы учебных заведений системы высшего и среднего профессионального образования, подтверждением тому служит увеличение числа участников Интернет-проектов, разработанных Научно-исследовательским институтом мониторинга качества образования. Особый интерес Интернет-экзамен может представлять при внедрении принципов Болонского процесса, так как одним из важнейших требований к системе гарантии качества вуза является постоянная демонстрация качества подготовки студентов, и не столько для органов управления образованием, сколько для широкой академической общественности, родителей и работодателей. Интернет-экзамен при соблюдении определенных условий способен реализовать эту задачу. Однако использование Интернет-тестирования в целях самообследования и при аккредитации учебных заведений требует решения ряда проблем для объективной, независимой и корректной оценки уровня преподавания и качества подготовки студентов при всех несомненных преимуществах данной технологии.

Литература

Наводнов В.Г., Масленников А.С., Шарафутдинова Л.Н. Тестирование в сфере профессионального образования с использованием сети интернет // Развитие тестовых технологий в России. Тезисы докладов IX Всероссийско научно-методической конференции. – М.: ФГУ «Федеральный центр тестирования», 2007.

УДК 777.555

Хуусконен Н.М.

ЭКСКУРСОВЕДЕНИЕ – КАК ЭЛЕМЕНТ ПОДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРОВ ПО ТУРИЗМУ

Специфика экскурсионной деятельности как объекта управления предопределяет характер труда менеджеров и требования, предъявляемые к ним. Труд менеджера носит творческий характер, требует разносторонних знаний, предполагает склонность личности к аналитической деятельности и умение концентрироваться в определенные моменты на ограниченном круге проблем.

Huuskonen N.M. The Tour Guiding as an Element of Training of Managers on Tourism

The specificity of the excursion activity as an object of management has predetermined a character of work of managers and requirements to them. Work of a manager has a creative character, requires having a diversified knowledge, and implies an inclination of a personality to the analytical activity and skills to concentration in the certain moments on the limited circle of problems.

Туризм представляет собой область интересов многих наук и дисциплин: истории, философии, географии, социологии, экономики, менеджмента, маркетинга и многих других, и в том числе экскурсионного менеджмента и экскурсоведения.

Специфика экскурсионной деятельности как объекта управления предопределяет характер труда менеджеров и требования, предъявляемые к ним. Быть менеджером – значит разделять ответственность за успехи и просчеты фирмы. Труд менеджера носит творческий характер, требует разносторонних знаний, предполагает склонность личности к аналитической деятельности и умение концентрироваться в определенные моменты на ограниченном круге проблем. Поскольку основным предметом труда менеджера является управленческая информация, то обязательным условием его эффективной работы выступают знания и умение использовать в управлении современные информационные технологии.

Среди требований к профессиональной компетенции менеджера выделяются следующие.

Обладание теоретическими знаниями и умениями в практике управления. Это требование предполагает наличие у менеджера специальной подготовки в области теории управления, знание основ современной макро- и микроэкономики, общей Теории принятия управленческих решений, умение применять экономико-

математические методы для оптимизации решений, а также наличие навыков работы на компьютере, как в локальном, так и в сетевом вариантах.

Получение необходимых теоретических знаний в области менеджмента, как правило, достигается обучением в системе профессионального образования. Однако, учитывая динамичный характер развития современной теории и практики менеджмента, обязательным свойством менеджера должна быть склонность к постоянному обучению и повышению профессиональной квалификации.

Способность к коммуникации и умение работать с людьми. Эти требования вытекают из положения менеджера как связующего звена в системе коммуникации на фирме. Для анализа любой управленческой ситуации менеджеру требуется обеспечить, как правило, коммуникации между такими субъектами системы, как вышестоящий руководитель, коллеги родственных Подразделений или фирм, рабочий коллектив и отдельные подчиненные сотрудники. Каждого субъекта управленческой системы менеджер должен знать и адекватно (в соответствии с его стилем и мотивами работы), реагировать и оптимально воздействовать на него для достижения своей цели.

Компетентность в области своей деятельности. Она предусматривает наличие специальных знаний в вопросах технологии производственных процессов (разработки экскурсий, программ обслуживания и предоставления услуг), теоретических и практических аспектов производства нового продукта и расширения ассортимента действующего продукта, его переработки и обновления; возможностей использования ресурсного потенциала; дифференциации программ и обслуживания и т.д.

Характер деятельности конкретного менеджера определяется составом делегированных ему полномочий в принятии управленческих решений. Состав этот устанавливается в соответствии с принятой в фирме системой разделения труда и специализации управленческих кадров.

Цели и задачи туристско-экскурсионного предприятия связаны с производством турпродукта предприятия.

Экскурсионное предприятие в основном производит следующие виды услуг: экскурсии, путевые экскурсионные информации и услуги гида-экскурсовода.

Данные услуги включаются в состав турпродукта, когда:

- туристская фирма специализируется на производстве экскурсионных туров;
- услуга экскурсия включается программу любого тура как обзорная экскурсия для знакомства с посещаемой страной, местом пребывания;

– и экскурсионные услуги предлагаются практически всеми турфирмами как дополнительные услуги.

Так как экскурсионная фирма является и производителем и исполнителем туристско-экскурсионных услуг, на ее конкурентоспособность большое воздействие оказывают:

- качество изготовления и предоставления экскурсионных услуг;
- комплексные условия: возможность фирмы предоставлять потребителям скидки социальный сегмент рынка);
- организация сбытовой сети (доступность широкому кругу потребителей, презентация нового продукта, активное участие в проведении общественных мероприятий, в выставках и ярмарках, эффективность рекламных кампаний, воздействие средствами паблик рилейшнз);
- благоприятный имидж фирмы (ее надежность, авторитет, информированность потенциальных покупателей об ассортименте продукции, воздействие товарного знака на привлечение внимания покупателей к ее продукции, выяснение мнения потребителей путем опроса);
- воздействие тенденций развития конъюнктуры на положение фирмы на рынке.

Конкурентные позиции экскурсионной фирмы на рынке зависят от внешних и внутренних факторов.

Повысить конкурентоспособность экскурсионной фирмы и ее продукта можно:

- обеспечив технико-экономические и качественные показатели создающие приоритетность продукции фирмы на рынке;
- изменив качество продукта с учетом запросов и требований потребителя и повысив внимание к качеству исполнения услуг;
- выявив и обеспечив преимущества продукта по сравнению с аналогичным продуктом фирм-конкурентов;
- изучив мероприятия конкурентов по совершенствованию аналогичных услуг и разработав меры, дающие преимущества;
- определив возможные модификации экскурсионных услуг путем повышения качественных характеристик;
- используя ценовые факторы повышения конкурентоспособности экскурсий, в том числе применяемые фирмами-конкурентами (скидки с цены, гарантии и др.);
- применив дифференциацию услуг, обеспечивающую устойчивое предпочтение покупателей. Значение ценовой конкуренции в этих условиях снижается, так как потребители руководствуются своими предпочтениями.

Таким образом, оценка конкурентоспособности туристско-экскурсионной фирмы на рынке или сегменте рынка основывается на тщательном анализе технологических, производственных, финансовых, сбытовых, а также исполнительских возможностей фирмы и призвана определить потенциальные возможности фирмы и мероприятия, которые она должна предпринять для обеспечения своих позиций на туристском рынке.

Во всех своих решениях менеджеры экскурсионной сферы деятельности должны руководствоваться не только экономическими, но и социальными соображениями. Существование и престиж менеджмента обосновываются как экономическими результатами деятельности фирмы, так и социальным характером экскурсионных услуг. Любое действие, предпринимаемое менеджером, – это мероприятие экономического характера, в котором большое значение имеет человеческий фактор, хотя «эффективность менеджмента и деятельности менеджеров можно измерять лишь с помощью показателей успехов, экономических результатов.

Менеджер по организации турпродукта должен знать и уметь:

1. Организационные основы деятельности туристско-экскурсионного предприятия.
2. Основы организации услуги «экскурсия», методику проведения экскурсии.
3. Профессиональные требования к специалисту-экскурсоводу.

В процессе изучения дисциплин «Экскурсоведение», «Основы экскурсионной деятельности» изучаются теоретические основы экскурсионного менеджмента, изучаются культурное наследие, объекты экскурсионного туризма. На практических занятиях студенты готовят виртуальную экскурсию по региону и путевую экскурсионную информацию по туристским маршрутам.

При изучении дисциплин по экскурсоведению формируются умения и навыки будущего менеджера турфирмы, появляются мотивация к изучению культурно-исторического наследия и к освоению новой профессии специалиста-экскурсовода.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Александрова Анна Юрьевна – доктор географических наук, профессор кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова.

Алиева Галина Валентиновна – доктор экономики, руководитель АПМ-2 ФГУП «РосНИПИУрбанистики», Санкт-Петербург.

Алиева Татьяна Евгеньевна – научный сотрудник Института экономических проблем им. Г.П.Лузина Кольского НЦ РАН, г. Апатиты.

Алхоярви Пекка – старший советник, Министерство сельского и лесного хозяйства Финляндии.

Алхоярви Туомо – В.Сс. (Geography), Университет Хельсинки.

Андрианова Ирина Анатольевна – кандидат педагогических наук, преподаватель Карельского института туризма – филиала НОУ ВПО Российская международная академия туризма.

Антипин Владимир Константинович – кандидат биологических наук, старший научный сотрудник лаборатории болотных экосистем Института биологии Карельского НЦ РАН.

Бабанчикова Ольга Анатольевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры социально-культурного сервиса и туризма Ленинградского государственного университета имени А.С. Пушкина, Санкт-Петербург, г. Пушкин.

Байбурова Ольга Рустэмовна – доцент кафедры иностранных языков делового общения Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова, Москва.

Барзыкин Юрий Александрович – вице-президент Российского союза туристической индустрии, председатель Комитета по предпринимательству в сфере туристской, курортно-рекреационной и гостиничной деятельности Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Москва.

Белая Раиса Васильевна – кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Института экономики Карельского НЦ РАН.

Брайнин Михаил Борисович – главный специалист отдела экономики и развития туризма Министерства экономического развития Республики Карелия.

Валединская Екатерина Николаевна – аспирант кафедры гостиничного и туристического бизнеса, ГОУ ВПО Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова, Москва.

Васильева Анастасия Владимировна – аспирант Института экономики Карельского НЦ РАН, преподаватель Петровского колледжа.

Виноградова Юлия Сергеевна – специалист по научно-исследовательской работе и связям с общественностью Карельского института туризма – филиала НОУ ВПО Российская международная академия туризма.

Власова Тамара Ильинична – доктор педагогических наук, профессор, президент Межрегиональной общественной организации Национальная академия туризма, ректор НОУ ВПО Балтийская академия туризма и предпринимательства.

Гайнанов Дамир Ахнафович – доктор экономических наук, профессор, директор Института социально-экономических исследований Уфимского НЦ РАН.

Говоров Борис Владимирович – ассистент кафедры менеджмент на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства филиала ФГОУ ВПО Российский государственный университет туризма и сервиса, Москва.

Гордин Валерий Эрнстович – доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента Санкт-Петербургского филиала Государственного университета – Высшей школы экономики.

Грибушин Андрей Игоревич – руководитель проекта «Горный парк Рускеала», ООО «Колмас-Карелия», г. Сортавала.

Гришечкина Ирина Егоровна – главный архитектор ФГУП «РосНИПИУрбанистики», Санкт-Петербург.

Громов Владимир Викторович – кандидат экономических наук, начальник отдела экономики и развития туризма Министерства экономического развития Республики Карелия.

Гусева Мария Викторовна – аспирант кафедры гостиничного и туристического бизнеса ГОУ ВПО Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова.

Гучек Арина Сергеевна – аспирант Института экономики Карельского НЦ РАН.

Демидова Наталия – кандидат биологических наук, заместитель директора по научной работе Северного научно-исследовательского института лесного хозяйства, г. Архангельск.

Дружинин Павел Васильевич – доктор экономических наук, заведующий отделом региональных проблем социально-экономической динамики и прогнозирования Института экономики Карельского НЦ РАН.

Дубиничева Людмила Васильевна – младший научный сотрудник Института социально-экономического развития территорий ВНКЦ ЦЭМИ РАН, г. Вологда.

Дусенко Светлана Викторовна – кандидат социологических наук, начальник Ресурсного центра подготовки и повышения квалификации кадров для индустрии туризма и сервиса ФГОУ ВПО Российский государственный университет туризма и сервиса, заведующая кафедрой организации и технологии в гостиничном бизнесе Института туризма и гостеприимства филиала ФГОУ ВПО «РГУТиС», Москва.

Дыбин Владимир Александрович – директор ГУ «Республиканский центр по государственной охране объектов культурного наследия».

Дьяконова Мария Владимировна – кандидат экономических наук, научный сотрудник Института экономики Карельского НЦ РАН.

Егоров Валерий Кузьмич – кандидат исторических наук, начальник отдела гуманитарных и общественных наук Научно-организационного управления РАН, Москва.

Егоров Вячеслав Елизарович – кандидат педагогических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики (филиал), г. Псков.

Емельянов Андрей Михайлович – кандидат философских наук, доцент кафедры социальных и гуманитарных дисциплин филиала ГОУ ВПО Дальневосточный государственный технический университет, г. Петропавловск-Камчатский.

Зорин Игорь Владимирович – доктор педагогических наук, кандидат географических наук, профессор, ректор Российской международной академии туризма.

Ильина Елена Львовна – кандидат экономических наук, доцент кафедры гостиничного и туристического бизнеса ГОУ ВПО Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова, Москва.

Карпова Галина Алексеевна – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономики и управления социальной сферой Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов.

Кириллова Светлана Александровна – кандидат экономических наук, ученый секретарь Института социально-экономических исследований Уфимского НЦ РАН.

Клейман Анатолий Александрович – доктор экономических наук, профессор кафедры социально-культурного сервиса и туризма Ленинградского государственного университета имени А.С. Пушкина, Санкт-Петербург, г. Пушкин.

Кодолова Татьяна Алексеевна – кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Института экономики Карельского НЦ РАН.

Козырев Виталий Викторович – кандидат биологических наук, соискатель Института экономики Карельского НЦ РАН.

Козырева Галина Борисовна – доктор экономических наук, заведующая отделом институционального развития региональных социально-экономических систем Института экономики Карельского НЦ РАН.

Колбовский Евгений Юлисович – доктор географических наук, профессор кафедры географии Ярославского государственного педагогического университета им. К.Д. Ушинского, ЯРОЭО «Ландшафт».

Конев Иван Петрович – кандидат экономических наук, доцент кафедры теоретической экономики и государственного и муниципального управления Петрозаводского государственного университета.

Коткин Евгений Евгеньевич – кандидат педагогических наук, заместитель министра экономического развития РК.

Кочуркина Светлана Ивановна – доктор исторических наук, заведующая сектором археологии с музеем Института языка, литературы и истории Карельского НЦ РАН.

Крылов Сергей Юрьевич – кандидат военных наук, доцент, исполнительный директор Национальной академии туризма, проректор Балтийской академии туризма и предпринимательства

Крюкова Вера Александровна – специалист учебной части, преподаватель Карельского института туризма – филиала Российской международной академии туризма, аспирант РМАТ.

Куксова Марина Анатольевна – доцент кафедры экологии и ландшафтного строительства Ставропольского государственного аграрного университета, г. Ставрополь.

Кулакова Любовь Михайловна – кандидат экономических наук, научный сотрудник Института экономики Карельского НЦ РАН.

Кулешевич Людмила Владимировна – кандидат геолого-минералогических наук, руководитель музея геологии докембрия Института геологии Карельского НЦ РАН.

Курило Анна Евгеньевна – кандидат экономических наук, доцент, старший научный сотрудник Института экономики Карельского НЦ РАН.

Кутенков Станислав Анатольевич – кандидат биологических наук, научный сотрудник Института биологии Карельского НЦ РАН.

Лавров Олег Борисович – научный сотрудник Института геологии Карельского НЦ РАН.

Лайко Михаил Юрьевич – доктор экономических наук, профессор кафедры гостиничного и туристического бизнеса ГОУ ВПО Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова, Москва.

Ларичкин Федор Дмитриевич – доктор экономических наук, профессор, директор Института экономических проблем им. Г.П. Лузина Кольского НЦ РАН.

Ларькина Нина Юрьевна – стажер-исследователь, Музей геологии докембрия Института геологии Карельского НЦ РАН.

Латкин Александр Николаевич – кандидат экономических наук, доцент кафедры гостиничного и туристического бизнеса ГОУ ВПО Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова, Москва.

Левочкина Наталья Алексеевна – кандидат экономических наук, кандидат исторических наук, доцент Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского.

Лобанова Надежда Валентиновна – кандидат исторических наук, научный сотрудник Института языка и литературы Карельского НЦ РАН.

Луговой Дмитрий Дмитриевич – главный инженер ФГУК «Государственный историко-архитектурный и этнографический музей-заповедник «Киж».

Макарихин Владимир Васильевич – кандидат геолого-минералогических наук, ведущий научный сотрудник Института геологии Карельского НЦ РАН.

Максарова Екатерина Мункоевна – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры экономики и управления социальной сферой Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов.

Мантере Эйла Вейкковна – кандидат экономических наук, научный сотрудник Института экономики Карельского научного центра РАН.

Матецкая Марина Владимировна – кандидат экономических наук, доцент, старший преподаватель кафедры менеджмента Санкт-Петербургского филиала Государственного университета – Высшей школы экономики.

Молчанова Екатерина Владимировна – кандидат технических наук, научный сотрудник Института экономики Карельского НЦ РАН.

Морозова Вера Венедиктовна – кандидат географических наук, заведующий кафедрой туризма и социально-культурного сервиса Ярославского государственного педагогического университета им. К.Д. Ушинского.

Морозова Татьяна Васильевна – доктор экономических наук, ведущий научный сотрудник Института экономики Карельского НЦ РАН.

Музычук Валентина Юрьевна – кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Института экономики РАН, г. Москва.

Мурина Светлана Григорьевна – соискатель Института экономики Карельского НЦ РАН.

Немкович Евгений Григорьевич – кандидат технических наук, ведущий научный сотрудник Института экономики Карельского НЦ РАН.

Омелай Роман Витальевич – аспирант Института экономических проблем им. Г.П. Лузина Кольского НЦ РАН, г. Апатиты.

Ополченев Иван Иванович – доктор экономических наук, профессор кафедры управления и инновационных технологий в туризме и гостиничном бизнесе НОУ ВПО Российский новый университет, Москва.

Орлова Виктория Станиславовна – младший научный сотрудник Института социально-экономического развития территорий ВНКЦ ЦЭМИ РАН, г. Вологда.

Павлов Олег Геннадьевич – кандидат педагогических наук, заместитель директора Карельского института туризма – филиала Российской международной академии туризма.

Павлова Эльвира Николаевна – кандидат педагогических наук, профессор, директор Карельского института туризма – филиала НОУ ВПО Российская международная академия туризма.

Первунина Аэлита Валериевна – кандидат геолого-минералогических наук, ученый секретарь Института геологии Карельского НЦ РАН.

Плеханов Юрий Николаевич – заместитель начальника Департамента международных, межрегиональных связей и туризма Правительства Вологодской области, г. Вологда.

Погодина Ольга Николаевна – аспирант Российского государственного социального университета, г. Москва.

Полин Александр Константинович – кандидат физико-математических наук, руководитель Геоинформационного центра Института геологии Карельского НЦ РАН.

Поташев Петр Алексеевич – руководитель с/х предприятия ООО «Родник», староста д. Пяльма, Республика Карелия.

Поташева Ольга Вячеславовна – кандидат экономических наук, научный сотрудник Института экономики Карельского НЦ РАН.

Прусаков Владимир Борисович – преподаватель Карельского института туризма – филиала НОУ ВПО Российская международная академия туризма.

Пудовкин Виктор Григорьевич – геолог 1 категории, сотрудник Музея геологии докембрия Института геологии Карельского НЦ РАН.

Разумов Александр Николаевич – академик РАМН, профессор, директор ФГУ «Российский научный центр восстановительной медицины и курортологии Минздрава России».

Розанова Людмила Ивановна – кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Института экономики Карельского НЦ РАН.

Ройзенман Феликс Моисеевич – доктор геолого-минералогических наук, академик Российской академии естественных наук, г. Сортавала.

Савватеев Юрий Александрович – доктор исторических наук, главный научный сотрудник сектора истории Института языка, литературы и истории Карельского НЦ РАН.

Сачук Татьяна Викторовна – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономики и финансов Карельского филиала Северо-Западной академии государственной службы, г. Петрозаводск.

Севастьянов Дмитрий Викторович – доктор географических наук, профессор, заведующий кафедрой страноведения и международного туризма Санкт-Петербургского государственного университета.

Степанов Игорь Юрьевич – директор Паломнической службы Спасо-Преображенского Валаамского монастыря, Санкт-Петербург.

Степанова Галина Ивановна – директор ГОУ «Республиканский центр детского и юношеского туризма», г. Петрозаводск.

Степанова Светлана Викторовна – кандидат экономических наук, доцент кафедры управления и экономики Петрозаводского филиала НОУ ВПО Санкт-Петербургская академия управления и экономики.

Стрельников Алексей Владимирович – аспирант Российского государственного социального университета, Москва.

Сурова Серафима Анатольевна – старший преподаватель кафедры менеджмента на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства Института туризма и гостеприимства филиала ФГОУ ВПО Российский государственный университет туризма и сервиса, Москва.

Сухарев Михаил Валентинович – кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Института экономики Карельского НЦ РАН.

Тимофеева Вера Владимировна – кандидат биологических наук, Институт леса Карельского НЦ РАН.

Титова Ольга Юрьевна – заместитель директора по развитию, выставочной деятельности и общественных связей ФГУК «Государственный историко-архитектурный и этнографический музей-заповедник «Кижи».

Фёдорова Марина Юрьевна – аспирант Института экономики Карельского НЦ РАН.

Филатов Николай Николаевич – член-корреспондент РАН, директор Института водных проблем Карельского НЦ РАН, председатель Карельского отделения Русского географического общества.

Хавронюк Сергей Васильевич – директор Департамента управления делами ГК «Норильский никель».

Харитонова Галина Николаевна – кандидат экономических наук, заведующая сектором экономического механизма природопользования Института экономических проблем им. Г.П. Лузина Кольского НЦ РАН.

Хинтереггер Кристофер – координатор проектов по России и СНГ, Консалтинговая компания «Kohl&Partner», Австрия.

Холопова Людмила Евгеньевна – преподаватель Карельского института туризма – филиала НОУ ВПО Российская международная академия туризма.

Хуусконен Надежда Михайловна – кандидат педагогических наук, старший преподаватель Карельского института туризма – филиала Российской международной академии туризма.

Цапцева Ольга Константиновна – доктор экономических наук, профессор, заместитель директора по научной работе Института социально-экономических исследований Дагестанского научного центра РАН, г. Махачкала.

Чубиева Инна Васильевна – кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Института экономики Карельского НЦ РАН.

Шишкин Анатолий Иванович – доктор технических наук, профессор, директор Института экономики Карельского НЦ РАН.

Шишкин Артем Анатольевич – кандидат экономических наук, заведующий отделом проблем региональной экономической политики Института экономики Карельского НЦ РАН.

Шкиперова Галина Тимофеевна – кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Института экономики Карельского НЦ РАН.

Шмуйло Татьяна Павловна – кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Института экономики Карельского НЦ РАН.

Юринов Михаил Николаевич – экс-министр экономического развития Республики Карелия.

Юрьева Анна Анатольевна – кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Института экономики Карельского НЦ РАН.

Ямаев Руслан Борисович – аспирант ФГОУ ВПО Российский государственный университет туризма и сервиса, Москва.

РОЛЬ ТУРИЗМА В МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ

Сборник научных статей по материалам международной научно-практической конференции

8-10 июня 2010 г., Петрозаводск – Кондопога

*Печатается по решению Ученого совета
Института экономики
Карельского научного центра РАН*

Макет подготовлен в Институте экономики *Т.А. Кодолова, Э.В. Мантере*
Перевод *О.С. Крутова*

Издано в авторской редакции
Фото на обложке *А.Ю. Любимцева*

Сдано в печать 10.12.2010. Формат 60x84¹/₈. Гарнитура Times.
Печать офсетная. Уч.-изд. л. 59,0. Усл. печ. л. 40,9.
Тираж 200 экз. Изд. № 159. Заказ № 923

Карельский научный центр РАН
Редакционно-издательский отдел
Петрозаводск, пр. А. Невского, 50