

## УЧРЕДИТЕЛЬ

Российская международная  
академия туризма

## ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

И.В. Зорин, *д-р пед. наук, проф.,  
академик РАЕН*

## РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

В.А. Жидких, *д-р полит. наук*  
В.И. Звонников, *д-р пед. наук, проф.*  
В.В. Ивантер, *академик*  
В.А. Кальней (*зам. главного  
редактора*), *д-р пед. наук, проф.*  
А.В. Квартальнов, *д-р пед. наук, доц.*  
В.М. Кривошеев, *канд. экон. наук*  
П.Ф. Кубрушко, *член-корр. РАО*  
А.Д. Некипелов, *академик*  
Н.Д. Никандров, *академик РАО*  
Е.Л. Писаревский, *д-р юрид. наук*  
В.Ю. Питюков, *д-р пед. наук, проф.*  
В. Г. Пугиев, *канд. техн. наук, проф.*  
А.И. Сесёлкин, *д-р пед. наук, проф.*  
Н.А. Стороженко, *канд. мед. наук*  
Е.Н. Трофимов, *д-р полит. наук*  
А.Н. Чилингаров, *член-корр. РАН*  
В.К. Федорченко, *д-р пед. наук, проф.*  
С.Е. Шишов, *д-р пед. наук, проф.*  
С.П. Шпилько, *канд. экон. наук, доц.*  
Эрве Барре, *проф.*  
Франсуа Бедар, *проф.*  
Мария Гравари-Барбас, *проф.*  
Джафар Джафари, *проф.*  
Зоран Иванович, *проф.*  
Петер Келлер, *проф.*  
Кис ван дер Клип, *проф.*  
Ален Себбан, *проф.*  
Умберто Солимене, *проф.*  
Эдуардо Файош-Сола, *проф.*  
Дэвид Эйри, *проф.*

## СОДЕРЖАНИЕ

**Трофимов Е.Н.** Российская демократия  
и представительная власть 3

## ТУРИСТИКА

**Келлер П.** Влияние мировых кризисов на туризм 17

**Мошняга Е.В.** Основные тенденции развития  
туризма в современном мире 20

**Середина Е.В.** Анализ деятельности курорта  
Белокуриха как туристского кластера 34

**Павлова Э.Н., Павлов О.Г.** Взаимосвязь  
региональной системы профессионального  
образования с развитием сельских туристских  
дестинаций 41

**Чиварди М., Торнаги П.** Долгосрочное  
соглашение и учебный план для получения  
«двойного диплома» UNIMIB-РМАТ: оценка  
имеющегося опыта и перспективы на будущее 45

**Сесёлкин А.И.** Об определении туристики как  
комплексной науки о туризме 47

**Минаев В.А.** Сетецентрическая модель  
управления дестинациями как новая парадигма  
развития индустрии туризма 52

**Беседин Д.Г.** Принцип устойчивости в туризме  
как фактор развития туризма в XXI веке 62

## ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

**Козырев В.М.** Теоретические основы реального  
социализма в XX столетии и в наше время 66

**Тонини Дж.** Обмен туристами между Италией  
и Россией 78

**Скоробогатова Н.В., Николаенко В.Н.** Менеджмент  
транспортных услуг в сфере туризма и проблема  
профессиональной подготовки кадров 83

**ПЕДАГОГИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
ОБРАЗОВАНИЯ**

<b>Арсений Р.М., Киреева Ю.А.</b> Роль профессионально ориентированных задач в формировании специальных компетенций будущего менеджера по туризму	87	Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-46031 от 5 августа 2011 г.
<b>Зубарев С.Н.</b> Дидактический материал проектного метода в формировании коммуникативных компетенций у выпускников военных вузов	91	Зав.редакцией <i>Е.А. Семина</i>
<b>Хорева А.В.</b> Значение и особенности профессиональной конгруэнтности и интереса у выпускников туристского вуза	96	Научный редактор <i>Д.А. Махотин</i>
<b>Чернега А.В., Петров И.А.</b> Рефлексивные технологии развития творческой направленности студентов туристского вуза	102	Редактор <i>Е.В. Комарова</i>
<b>Черников А.М.</b> Развитие профессионального туристского образования в Китае	111	Корректор <i>Ю.Г. Слизун</i>
<b>Зарайский И.А.</b> Педагогические аспекты презентации туристских дестинаций	116	Верстка <i>Т.В. Клейменовой</i>
<b>Колосков И.А.</b> Современные проблемы изучения лидерства у студентов колледжа	119	Дизайн макета <i>Е.А. Ильин</i>
<b>Махотин Д.А., Шевченко Н.И.</b> Клубные объединения сохранения и развития здоровья как инструмент социализации обучающихся	123	Адрес редакции: 141420, Московская обл., г.о.Химки, мкр-н Сходня, ул. Октябрьская, 10 Тел.: 8(495) 574-22-88 e-mail: vestnik-rmat@yandex.ru
<b>ИЗ ОПЫТА РАБОТЫ РМАТ</b>		
<b>Зорин А.И., Лаковский С.Г., Ашаков А.А., Толмасова Н.В., Шаповалов С.Н.</b> Студия научно-экспедиционного туризма как инновационная форма обеспечения устойчивого развития туристской дестинации	133	
Сведения об авторах	137	При перепечатке и цитировании материалов ссылка на журнал «Вестник РМАТ» обязательна. Мнения авторов и редакции могут не совпадать.
Contents	138	
Порядок оформления и предоставления статей	139	Подписано в печать 10.12.13. Формат 70x108/16. Объем 8,75 печ.л. Тираж 1000 экз.

Е.Н. ТРОФИМОВ

**РОССИЙСКАЯ ДЕМОКРАТИЯ  
И ПРЕДСТАВИТЕЛЬНАЯ ВЛАСТЬ**

*В последнее время на Западе немало раздается голосов по поводу того, что демократия в России не развита, ущербна. Особенно такого рода разговоры усиливаются в периоды, предшествующие и сопровождающие выборы в Госдуму или Президента страны. Ссылки на недостаточную демократичность коренятся в том, что Россия веками имела свои формы доведения мнения народа до власть имущих, свои формы народного представительства, отличные от тех, которые существовали в Западной Европе или в Северной Америке. Конечно, на протяжении русской истории были периоды, когда в общественной жизни было больше демократии, в иные — больше тоталитаризма, но таков путь, по которому шло наше государство. Возможно, что благодаря таким «приливам» и «отливам» как некоему регулятору общественной жизни Россия сохранила целостность и прошла тысячелетнюю историю, что удалось лишь немногим державам мира. При этом удивительно, что некоторые видные политики страны и сейчас говорят о какой-то новой России, новой демократии начала 1990-х гг. На мой взгляд, это ошибочные мнения.*

**РУССКАЯ ДЕМОКРАТИЯ**

Для начала важно уточнить несколько важных моментов. *Первый момент* касается средневекового уклада жизни на Руси и демократических традиций. К ним можно отнести коллективистское начало. Так, согласно еще византийскому историку Прокопию Кесарийскому, в VI в. древние славяне не управлялись одним человеком, а жили в «народоправстве». Основой их хозяйственной жизни было коллективное землевладение. Люди состояли в общинах, которые избирали старейшин. Во многих общинах нарушителей судили согласно копному праву<sup>1</sup>. В ранней стадии феодализма во многих городах Новгородской Руси получила распространение прямая демократия, и в них важнейшие решения принимались на народном вече.

Такая высшая законодательная и судебная власть хорошо известна с X в. Однако деятельность народного вече не была регламентирована: по свидетельству историков, оно было неоднородным. Скорее всего, в его деятельности принимали участие наиболее уважаемые и родовитые люди города (княжества), обязательно только мужчины. Они решали разные вопросы. Нет свидетельств того, что проводились выборы в вече. Значение вече снизилось в период монголо-татарского ига, поскольку завоеватели видели в народных собраниях потенциальную угрозу: они представлялись им той организацией, которая способна готовить против них вооруженные выступления. И только в ряде северных земель (Новгород, Псков), где влияние Орды было минимальным, вече сохраняло свое влияние как орган народного представительства. В этих городах жители выбирали должностных лиц городской общины на своих сходах. В Новгороде XII–XV вв.

© Трофимов Е.Н., 2013

<sup>1</sup> URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Демократия\\_в\\_России](http://ru.wikipedia.org/wiki/Демократия_в_России).

высшими выборными лицами были посадник, который избирался из бояр, и тысяцкие, которые избирались из других, а впоследствии из всех сословий<sup>1</sup>. Постепенно вечевая система стала все больше вытесняться монархией.

*Второй момент* касается близости понятий «русская демократия» и «соборность». При этом «соборность» вовсе не означала обязательные собрания людей для решения каких-то важных вопросов. Это, скорее всего, философская категория, состояние души русского человека, самобытный русский принцип общественной жизни<sup>2</sup>. Соборность, согласно учению А. Хомякова, это целостное сочетание свободы и единства многих людей на основе их общей любви к одним и тем же абсолютным ценностям<sup>3</sup>. Это поиск пути к спасению, на основе любви к Христу и божественной праведности, это органичное сочетание единства и свободы. Соборность не равнозначна демократии, поскольку последняя представляет технологию принятия решений, не равнозначна она и коллективизму, так как он, по мнению Святейшего Патриарха Кирилла, описывает только поверхностные проявления межличностных отношений.

Соборность не является специфически религиозным явлением, но охватывает и социальную, и политическую жизнь.

Одним словом, понятие «соборность» включает всю совокупность принципов социального устройства, механизмов принятия решений и духовных основ общества<sup>4</sup>. Поэтому известная триада «православие — самодержавие — народность» возникла не на пустом месте, а

уходит своими корнями в древние традиции русских. И выбор князем Владимиром православия в качестве государственной религии был вовсе не случайным, ибо православные каноны в большей степени соответствовали состоянию души древних русичей. Сложно сказать, насколько соборность присуща нынешнему поколению россиян, но уверен, что основы ее сохранились до сих пор.

В этой связи интересно привести мысли Святейшего Патриарха о соотносимости России и демократии, идущей или навязываемой нам с Запада: «Демократия — многомерное понятие, имеющее политическое, социальное, экономическое и аксиологическое измерения, — писал он. — На мировоззренческом уровне можно было бы назвать демократию организующим принципом социально-политического бытия человека, совмещающим принцип общественного единства и личной свободы. Сегодня приходится констатировать, что для многих граждан России это понятие остается чем-то внешним, привнесенным извне, хотя и не совсем чуждым. Это происходит по одной простой причине: концепция демократии не является обобщением позитивного опыта собственного социально-политического развития России. Демократия является принципом, выработанным на Западе, в странах Евро-Атлантического региона. По этой причине любой демократ в России вынужден априори обращаться с понятием демократии, как с шаблоном, сравнивая российскую общественно-политическую жизнь с западным эталоном. В результате он запрограммирован на две разновидности выводов: находить сходства либо расхождения российской действительности и демократической модели»<sup>5</sup>.

В итоге такой метод ведет к интеллектуальной ограниченности и идеологической зашоренности, происходит отрица-

<sup>1</sup> URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Демократия\\_в\\_России](http://ru.wikipedia.org/wiki/Демократия_в_России).

<sup>2</sup> URL: <http://www.vrns.ru/sobornost/133/#.UQBKiJdP5EI>

<sup>3</sup> URL: <http://www.hrono.info/organ/ukazatel/sobornost.php>

<sup>4</sup> URL: <http://www.vrns.ru/sobornost/133/#.UQBKiJdP5EI>

<sup>5</sup> URL: <http://www.vrns.ru/sobornost/133/#.UQBKiJdP5EI>

ние самобытности национальной жизни, поскольку ее многие положительные черты оказываются невостребованными. От этого рождается чувство, что западная модель демократии не в состоянии вместить всего положительного национального опыта и правильно учесть отрицательный<sup>1</sup>.

Конечно, на протяжении истории менялись общественные формации, формы правления, но можно с высокой долей уверенности говорить, что традиционно российские правители – будь то великие князья, цари, императоры, генеральные секретари и нынешние президенты – были в высокой степени чутки к мнению собственного народа, они черпали свои решения в предпочтительном народном мнении или искали опоры своим действиям среди народа. В противном случае история быстро сметала их со своей сцены. В этом тоже было своеобразное проявление российской демократии.

*Третий момент* касается технологий формирования государства российского, что имеет самое непосредственное отношение к данной теме. Сразу необходимо сказать, и это подтверждается многочисленными исследованиями, что собиранье земель вокруг Москвы шло, во-первых, неравномерно, а во-вторых, обретало самые разные формы. Это были разные народы с разными формами управления. Вне сомнения, имело место добровольное вхождение территорий и народов в состав Государства Российского. Российский подход состоял не в покорении сопредельных народов и территорий огнем и мечом, как это делали, например, испанские конкистадоры. Многие из них государство брало под свое покровительство, а поэтому не могло не считаться с их мнением. В то же время Россия была окружена дру-

гими империями, царствами, с которыми приходилось бороться за жизненное пространство, за влияние, подчас вести войны. В случае победоносных действий части этих империй и царств отходили к России, а населявшие их народы принимали русское подданство.

Присоединяя к себе новые территории, российские правители шли туда с политикой не разрушения, а сохранения по большому счету, тех порядков и норм, включая представительские, которые действовали на данных территориях ранее, добивались расположения местных элит, осуществляли через эти элиты управление территориями, а представителей этих элит, как это не раз бывало, старались инкорпорировать в российскую элиту. Достаточно сказать, что многие известные родовитые российские фамилии имели далеко не русские корни, например Юсуповы. Надо также отметить, что Россия несла в окраины и свою культурную специфику, включавшую помимо всего прочего элементы управления обществом в виде бюрократии и деловой этики, а вместе с этим шло распространение русского языка как языка межнационального общения в едином государстве, без которого невозможно было общение территорий между собой. Имело место и православное миссионерство, которое в корне отличалось от европейского своей большей мягкостью и ненавязчивым характером.

Россия всегда была многонациональным государством, и этот фактор налагал свой отпечаток на представительство, создавая предпосылки для становления федерализма в тех или иных формах. Так, на территории ранней Руси проживали представители финно-угорских племен, такие народности, как карелы, воль, ижорцы, вепсы и др. В ранний период в русских княжествах существовали тюркоязычные формирования воинов. Новгородские жи-

<sup>1</sup> Там же.

тели и земли контактировали с народами Севера, собирая дань с местных охотников и рыболовов. Особенно тесно славянские племена соприкасались с финно-угорскими, имевшими свои управленческие формы. Это сосуществование, по свидетельству историков, носило, как правило, мирный характер, поскольку на ряде территорий русские поселения перемежались с финно-угорскими. Таким же образом чередовались и географические названия местностей, рек, деревень и сел. «Происходило заселение, а не завоевание края, — писал по этому поводу известный русский историк В.О. Ключевский, — могли случаться соседские ссоры и драки, но памятники не помнят ни завоевательных нашествий, ни оборонительных восстаний»<sup>1</sup>.

Русь активно контактировала с внешним миром, участвовала в походах, что создавало приток иноземцев, решавших для Руси, ее хозяйства специфические задачи. По свидетельству Н.М. Карамзина, при великокняжеских дворах существовали институты иноземных специалистов. «Слава Александра (Невского. — Прим. Е.Т.) привлекла к нему из чужих земель, особенно из Германии и Пруссии, многих именитых людей, которых потомство донныне существует в России», — писал историк<sup>2</sup>. Имеются и иные, достаточно интересные описания жизни народов России.

Небезынтересен и период монголо-татарского ига. Здесь необходимо отметить несколько моментов. Во-первых, сами завоеватели не всегда стремились господствовать во всех сферах русского общества. По причине сурового российского климата, по меткому выражению Н.М. Карамзина, «ханы желали быть на-

шими господами издали»<sup>3</sup>. Они не стремились подвергать Русь ассимиляции, хотя многие из татар нанимались на службу к русским князьям и наоборот. Сами русичи считали свою цивилизацию намного более высокой, нежели цивилизацию завоевателей, которые поначалу были язычниками и лишь позднее приняли магометанство. Русские княжества в этот период вовсе не находились в состоянии автаркии и продолжали активно контактировать с окружающим их миром помимо Золотой Орды, в том числе на западном и южном направлениях. Известные бунты народных масс (черни) имели в основном социальную подоплеку, хотя были выступления и против засилья татар или непомерного обложения данью.

Поэтому уже к периоду царствования Ивана IV Московия была многонациональным государством, на службу которому, в частности, нанималось много татар — к ним относили представителей многочисленных народов из Орды. Все эти народы сосуществовали на территории Московской Руси. Последующие завоевания и присоединения земель лишь углубляли это ее качество — многонациональность. Русская элита помимо местных постоянно ассимилировала представителей элиты европейской (итальянской, греческой и т.д.), привлекала для работы управленцев, деятелей искусства, культуры, архитектуры.

#### КОНСОЛИДАЦИЯ ВЛАСТИ ВОКРУГ МОСКВЫ

С консолидацией русских земель вокруг Москвы стал складываться институт наместничества. Наместники назначались из наиболее родовитых бояр, и фактически управляли вверенными им территориями. В их задачи входили нормированный сбор налогов (дани) и выполнение административно-хозяйственных, кон-

<sup>1</sup> Ключевский В.О. Исторические портреты. Деятели исторической мысли. М., 1990. С. 43.

<sup>2</sup> Карамзин Н.М. История Государства Российского. М., 1992. Т. IV. С. 55–56.

<sup>3</sup> Там же. Т. V. М., 1993. С. 202.

трольных, а также судебных функций<sup>1</sup>. Наместники (воеводы) решали вопросы взаимодействия с местным и туземным населением. При этом ими проводилась политика приобщения местной знати к российской государственной службе, что вполне устраивало местных правителей. Органы местного самоуправления если не полностью входили в подчинение воеводам, то по крайней мере контролировались ими. С расширением владений Российского государства менялся характер управления — с принципами централизации и децентрализации, с учетом территориально-географических, социально-политических и экономических особенностей регионов. Из источников неизвестны случаи каких-либо крупных массовых притеснений по национальным признакам или неуважительного отношения к местному населению, притом что гонениям часто по религиозным признакам подвергались, например, старообрядцы.

Отдельные исследователи склонны считать, что известные из истории народные восстания (С. Разина, И. Болотникова, Е. Пугачева) преследовали некие цели народовластия. На самом деле все эти руководители восстаний не видели каких-то иных, более демократичных форм государственного устройства, кроме как провозглашение себя «государем». При этом они ссылаются на наличие в армии Пугачева большого количества башкир, руководимых Салаватом Юлаевым, которого, в отличие от Е. Пугачева, не казнили, а приговорили к вечной каторге. Несомненно, что политика освоения окраин имела свои перегибы, ограничения. Возможно, что восставшие ставили своей целью их скорректировать. Однако этой аргументации явно недостаточно, в основном восставшими двигала идея «веры в доброго царя». Тем более что формирования восставших по национальному составу бы-

ли пестрыми и не выдвигали каких-либо политических требований.

Некоторые авторы, как утверждается, например, в известной книге А. Капелера, считают, что началом истории России как федерального государства является 1552 г. — год взятия Иваном Грозным Казани. В подтверждение этой мысли приводится такой аргумент: впервые под русским господством оказалась самостоятельная государственная структура с собственной исторической традицией, легитимной правящей династией и, наконец, с общественной элитой, которая не только говорила на другом языке, но принадлежала к иной, чуждой русским мировой религии и высокой культуре ислама<sup>2</sup>. Однако, на мой взгляд, это верно лишь частично, поскольку на всем протяжении своей предыдущей истории Руси приходилось постоянно сталкиваться с представителями разных наций, народов разных культур и верований, тем более с представителями Золотой Орды.

#### ДЕСТИНАЦИЯ РОМАНОВЫХ И ПОПЫТКИ РЕКОНСТРУИРОВАТЬ НАРОДНОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО

Необходимо отметить, что к середине XVI в. в представительной власти произошли серьезные структурные изменения: на смену вече пришли земские соборы, первый из которых относится к 1549 г. Земские соборы просуществовали почти полтора века — до 1698 г. Они собирались нерегулярно (всего состоялось около 60 соборов) и в основном для обсуждения и решения важнейших государственных дел, включая вопросы войны или мира. Очевидно, что власть предпочитала больше опираться на соборы в период своей слабости (тогда соборы проводились более-менее регуляр-

<sup>1</sup> Власть. 2007. № 9. С. 5.

<sup>2</sup> Капелер А. Россия — многонациональная империя. Возникновение. История. Распад: пер. с нем. М., 1997. С. 17.

но). Таков, например, период Смуты 1611–1613 гг.

Однако соборы были не только общерусскими, но и местными, сословными и др. Наиболее известен из них Собор 1649 г., работавший пять месяцев и принявший Соборное уложение — свод законов Руси. Совершенно определенно известно, что на Земском соборе от 1 октября 1653 г. было принято историческое решение о воссоединении Украины с Россией<sup>1</sup>. В отличие от вече, представители в соборы избирались пословно (в выборах не участвовали лишь крепостные крестьяне), причем порядок выборов также не был регламентирован. Соборы, по мнению историков, носили совещательный характер, и их мнение не являлось обязательным для царей. Тем не менее, как считают исследователи, московские государи обычно соглашались с вердиктами народных собраний, что подкрепляло легитимность их воли<sup>2</sup>.

На практике русские соборы способствовали укреплению самодержавия, а не продвижению государства в сторону парламентаризма, что имело место в Западной Европе.

Россия тем временем, расширив свои границы, все больше вбирала в свой состав земли, на которых проживали неславянские племена. С приходом к власти династии Романовых Российское государство в своей политике по расширению границ использовало разные методы — больше политические. С завоеванием Казанского и Астраханского ханств местным элитам было предложено стать на сторону самодержцев российских, при этом было обещано не менять прежние формы управления местным населением. Местная элита приравнивалась к русскому дворянству.

Попытки насильственного крещения татар в православную веру были приостановлены. Одновременно начала осуществляться политика русификации — заселение Казани русскими купцами. Ограничение для местной элиты состояло в том, что ей запрещалось брать русских крестьян в крепостные. Позднее, при Петре I, была введена система стимулирования лиц, перешедших в православие: крещенные получали привилегии — освобождение от подушной подати на три года и от обязанности поставлять рекрутов на военную службу.

В Сибири Москва утверждала местных родовых и племенных вождей во всех их привилегиях и перекладывала на них задачи судебного разбирательства и местного самоуправления, которое в первую очередь заключалось в сборе ясака (дани). Так, например, на Ямале Обнорской волостью управляли князья Тайшины. Княжеский титул был дарован Василию Тайшину в 1600 г. царем Федором Иоанновичем. Это произошло в Москве, где В. Тайшин был крещен. Высочайшей грамотой императрицы Екатерины II княжеские полномочия были подтверждены Матвею Тайшину. В 1854 г. князь Тайшин был принят императором и награжден золотой медалью на аннинской ленте с надписью «За полезное»<sup>3</sup>. Однако, не будучи до конца уверенной в лояльности отдельных местных народов, Москва могла вводить запреты на ношение оружия, а для защиты от волнений и выступлений строились русские крепости. Слабым в экономическом и военном отношении регионам российское подданство давало многое, прежде всего военную защиту. Но оно же ограничивало их экспансионистские устремления.

В 1711 г. Петр I счел миссию соборов выполненной и отменил их. Был создан Сенат, по образу и подобию напомиравший представительные учрежде-

<sup>1</sup> Собрание народов России: сб. документов / сост. Е.А. Климчук и др. М., 1999. С. 24.

<sup>2</sup> Государственная дума в России. 1906–1917. СПб., 2006. С. 19.

<sup>3</sup> Представительная власть в судьбе Ямала. Салехард; СПб., 2004. С. 14.

ния Европы. Сенат рассматривал многие вопросы управления государством, выполняя при этом законодательные функции до 1721 г. С провозглашением России империей его функции сузились до осуществления надзора за государственной деятельностью и управлением.

Объединительная политика России в этот период несла в себе прежние традиции с учетом специфики регионов. Россия охотно присоединяла к себе новые земли, и новые народы принимали ее подданство. При этом им ставились и определенные условия — быть лояльными, противостоять врагам России. Так, в грамоте Петра I о согласии принять кабардинский народ в подданство России говорилось: «Ваше желание приемлем милостиво и изволяем вас к себе в подданство и оборону принятия. Только желаем, дабы вы показали нам ныне свою службу и верность против султана турецкого и хана крымского, которые против нас войну всчали»<sup>1</sup>.

В Эстляндии и Лифляндии, превращенных в губернии Российского государства, региональное самоуправление и судопроизводство остались в форме прежних сословных институтов рыцарства и городов, чьи привилегии были подтверждены. Положение немецко-балтийской общественной верхушки, по признанию зарубежных исследователей, при российском подданстве даже улучшилось, поскольку по сравнению со временем господства шведов контроль за ее деятельностью извне ослаб. И в Балтии Россия осуществляла на практике принцип непрямого господства посредством местных элит<sup>2</sup>.

Иные мотивы двигали Россией при присоединении Кавказа. Как справедливо отмечает российский исследователь

В. Лапин, Кавказ стал ареной стратегического соперничества России и Турции<sup>3</sup>. По его словам, их противостояние было неизбежным, равно как и втягивание в него местного населения и политических сил. Установление отношений с местными народами и их элитами осуществлялось в рамках общей политики, с одной стороны, и тактических ее вариантов, с другой. Так, например, при присоединении к России Восточной Грузии местному населению была предложена защита со стороны русских войск от набегов горцев. На Западном Кавказе имела место военная колонизация, но не с целью захвата плодородных земель, а с целью принуждения местного населения к покорности. С чем не могла примириться Россия, так это с набеговой политикой некоторых горских племен, совершавших разбойные нападения на соседей<sup>4</sup>.

В последующем административное включение закавказских областей в Российскую империю происходило неравномерно. Большинство областей было интегрировано в состав империи и подчинено российскому правлению только после того, как эти области прошли фазу широкой автономии под властью местных вассалов.

В XVIII в. Россия оказалась под воздействием идей эпохи Просвещения в двух ипостасях — относительно модернизации системы управления и государственного устройства. Екатерина II была просвещенной правительницей, глубоко разбиравшейся в современных социальных теориях, знакомой, в частности, с учением Монтескье, Вольтера и Беккариа, идеи которых она пыталась в определенной степени привить на российской почве. При ней было решено оптимизировать политику управления окраинами путем включения двух-трех территорий в

<sup>1</sup> Цит. по: Собрание народов России. С. 31.

<sup>2</sup> Капелер А. Россия — многонациональная империя. Возникновение. История. Распад: пер. с нем. М., 1997. С. 58.

<sup>3</sup> Россия и Кавказ. История, религия, культура. СПб., 2003. С. 7.

<sup>4</sup> Там же.

генерал-губернаторство. По мнению российского эксперта А.Федорова, эффективность такой системы решения национальных и иных управленческих проблем зависела исключительно от искусства кадровой политики императрицы<sup>1</sup>.

Екатерина II фактически открыла границы для иностранцев. Манифестом от 22 июля 1763 г. «О свободном поселении иностранцев в России» Екатерина II, по сути, сделала Россию страной свободной для въезда иностранцев на ее территорию и последующего поселения там. В нем говорилось, что «всем иностранным дозволяем в империю нашу въезжать и селиться, где кто пожелает во всех наших губерниях». Въезжающие иностранцы освобождались от внесения денег в казну, службы в армии на 10 лет. Однако в случае выезда из России до истечения означенного срока они обязаны были заплатить соответствующие налоги. Чтобы стать российскими подданными, им требовалось дать о подданстве и верности присягу<sup>2</sup>.

На этом фоне Екатерина II предприняла попытки реформировать выборную представительную власть. Они были связаны с ее обращением к практике работы Сената, Синода и всех коллегий в 1766 г. в плане выработки проекта нового Уложения (свода основных законов империи). Избранники, по ее замыслу, должны представлять нужды и запросы местного населения, а также их наказания. К участию в выборах допускались широкие слои населения, включая инородцев, а исключались духовенство и большая часть крестьян (крепостные). Участник выборов должен быть не менее 30 лет от роду, иметь семью и обладать хорошей репутацией. Выборы носили многоступенчатый характер, были посословными, и только дворяне могли выбирать своих представителей напрямую. Всего было избрано 564 депутата. Открытие ра-

боты Уложенной комиссии состоялось в июле 1767 г. в Москве. Работа комиссии проходила под влиянием идей Просвещения, в ней впервые был высказан ряд идей, которые до этого в России гласно не обсуждались.

Екатерина II намеревалась установить в России диктат права, ограничить крепостное право и т.д., но при этом не желала как-то ограничивать самодержавную власть<sup>3</sup>. Уложенная комиссия действовала примерно год, основной темой ее работы стало определение границ сословных привилегий (дворянства, купечества). Деятельность свою она, однако, не завершила и была распущена раньше срока по официальной и благовидной причине – в 1768 г. началась война с Турцией. По сути же, императрица была недовольна неповоротливостью и низкой продуктивностью работы комиссии, не выполнившей основные ее задумки. Возможно, что тогда зародилось ставшее впоследствии традиционным скептическое отношение первого лица государства к представительной власти.

Между тем расширяющаяся Российская империя вбирала в себя новые территории, что заставляло ее правителей выстраивать новые параметры взаимоотношений с ними. Так, Бессарабия получила более урезанный вариант автономии. Ее административная структура была приспособлена к принятому в России порядку, роль румынского дворянства в системе управления, сбора налогов и судопроизводства была ограничена. При этом сохранялись элементы византийского частного права.

Получила распространение практика привлечения представителей нерусских этносов к выполнению отдельных социальных функций, например торговых, ремесленных. В офицерском корпусе России в XVIII в. было до 40% нерусских, в основном немцев. Армяне издревле занимались торговлей между Ру-

<sup>1</sup> Власть. 2007. № 9. С. 8.

<sup>2</sup> Собрание народов России. С. 98–102.

<sup>3</sup> Государственная дума в России. 1906–1917. С. 25.

сью и Византией. Им российское правительство давало привилегии в торговле, гарантировало свободу вероисповедания, представляло налоговые послабления и право на самоуправление. Татары выполняли посреднические функции в отношениях центра и Средней Азии в торговой, хозяйственной, политической и культурной сферах.

Российская империя, как правило, признавала существовавшие на присоединяемых территориях формы правления, даже представительные, если такие имели место. Присоединив к себе в 1801 г. более отсталую во всех смыслах Грузию, Россия сместила часть одиозной верхушки, но в принципе оставила у власти местных феодалов с их формами правления. Отмена крепостного права в 1861 г. не затронула Грузию, поскольку она могла противопоставить царю влиятельных землевладельцев.

В 1808 г. согласно Фридрихсгамскому мирному договору «в собственность и державное обладание Империи Российской» вошла Финляндия. В следующем году последовало распоряжение о созыве финляндского сейма. В марте 1809 г. император Александр I лично открыл его работу, подписав накануне манифест о государственном устройстве Финляндии. Выступая на французском языке, император обещал сохранить конституцию Финляндии, ее коренные законы, ее парламент<sup>1</sup>. Налоговая и финансовая системы Финляндии использовались для ее собственных нужд, но в качестве валюты был введен русский рубль.

После Венского конгресса 1815 г. Россия получила Царство Польское. В том же году была принята конституция Польши, а жителей Царства привели к присяге на подданство русскому государю. Россия назначила в Польшесвоего наместника — генерала Зайончека и императорского комиссара —

графа Новосильцева. В 1817 г. в Польше государственных крестьян освободили от многих средневековых повинностей, а в 1820 г. барщину заменили оброком. Польша в составе России получила свою конституцию, связавшую Польшу и Россию личной унией и позволявшую Польше выбирать сейм, свое правительство и иметь собственную армию. В марте 1818 г. император России прибыл в Варшаву для торжественного открытия польского сейма и выступил со знаменательными словами: «Прежняя организация страны позволила мне ввести ту, которую я вам пожаловал, приводя в действие либеральные учреждения. Эти последние всегда были предметом моих забот, и я надеюсь распространить, при Божьей помощи, благотворное влияние их на все страны, которые промыслом даны мне в управление»<sup>2</sup>. Сейм собирался каждые два года, однако затем вследствие революционных событий его работа затормозилась.

Нужно сказать, что царизм с большим подозрением относился ко всем либеральным нововведениям, в том числе и к польским. Это заставляло его ограничивать права либералов, а последних, со своей стороны, восставать против царизма.

Тем не менее к началу XIX в. Россия как ведущая европейская держава оставалась без реально работающей представительной власти, необходимость в которой назревала. В 1809 г. выдающийся российский мыслитель М.М. Сперанский предложил проект реформирования политического строя, основанный на идеях правовой теории Монтескье и Руссо о разделении власти на три ветви — законодательную, исполнительную и судебную. В качестве законодательной ветви власти М.М. Сперанский предлагал учредить Государственную думу, которая должна рассматривать правительственные законопроекты и утверждать

<sup>1</sup> URL: <http://norse.ru/history/suomi/russ.html>

<sup>2</sup> URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Царство\\_Польское](http://ru.wikipedia.org/wiki/Царство_Польское).

их. По Сперанскому, прямых выборов в Думу не предусматривалось (формирование ее могло осуществляться путем делегирования депутатов от нижестоящих структур в вышестоящие), равно как и не предлагалось наделить ее правом законодательной инициативы. Этот набросок проекта Госдумы наделял ее лишь совещательными функциями.

Александр I решил пойти только на создание законосовещательного института из назначаемых им самим членов. Так, с 1810 г. в Российской империи появился Государственный совет, в состав которого вошли министры и близкие к императору высокопоставленные сановники. Совет мог лишь обсуждать и толковать предлагаемые законы. Структуру Госсовета коренным образом поменял Александр III, когда ввел в его состав, помимо министров, представителей регионов — губернаторов, предводителей уездного дворянства и проч.<sup>1</sup>

Во второй половине XIX в. Александр II приступил к земской реформе, которая положила начало созданию представительных губернских, уездных и городских учреждений. С отменой крепостничества крестьяне стали организовываться в общины, которыми руководил сельский сход, выбиравший старосту. На волостном уровне общины формировали свой представительный орган — волостной сход. Вопрос о членстве в общине поначалу относился к компетенции крестьянских органов самоуправления, однако столыпинская реформа 1906 г. дала крестьянину право свободного выхода из нее и закрепления земли в частой собственности. Свои органы самоуправления были и у других сословий — дворян, духовенства, купцов и мещан, а право участия в них ограничивалось имущественным цензом.

Во второй половине XIX в. было завершено формирование Российской им-

перии в ее границах. Присоединение к ней Средней Азии было обусловлено рядом факторов, среди которых назывались занятие «естественных границ», прекращение междоусобиц и разбойничьих набегов, доставлявших беспокойства на пограничных линиях и торговых путях, стремление цивилизовать остальные азиатские народы, приобщить их к благам мировой цивилизации. И многие задачи были решены. Гражданская война в США привела к нехватке хлопка в России, что повышало привлекательность Средней Азии в глазах российского самодержавия. Другой фактор — это стремление взять реванш у Англии за поражение в Крымской войне на других направлениях, в частности на юго-восточном. Плохо вооруженные и политически раздробленные мусульмане не могли оказать упорного сопротивления России. Бухарский эмират и Хивинское ханство оказались под российским протекторатом, хотя в государственном отношении формально оставались независимыми. С них были взяты репарации. Россия распространяла там свое влияние довольно быстро и без особо жестоких столкновений с местным населением. При этом Россия не прибегала к широкой миссионерской деятельности и сохраняла на местах консервативное мусульманское духовенство и бытовавшие там ранее формы правления.

В Средней Азии административно были созданы области, округа, волости, аулы (кишлаки). Во главе волостей стояли волостные султаны, приравненные к чиновникам 12-го разряда, во главе аулов — аульные старшины, в своих правах приравнивавшиеся к сельским старостам. Выборы местной администрации и назначение на низшие административные должности в основном сводились к своего рода аукционам, а вложенные в них деньги потом возвращались через систему взяток и подношений. В то же время сами выборы могли быть отменены цар-

<sup>1</sup> Государственная дума в России. 1906–1917. С. 32.

ской администрацией, причем без объяснения причин<sup>1</sup>.

Между тем Госсовет, превратившийся в своего рода «совет старейшин», уже не отвечал требованиям времени, в силу чего предпринимались попытки частично его реформировать с определенной долей представительства (проект М.Т. Лорис-Меликова) или возродить идею представительных земских соборов (проект Н.П. Игнатьева) как средство противодействия революционной смуте. Первая идея не была реализована в связи с убийством императора Александра II, вторая — из-за нерешительности Александра III.

Назначенный министром внутренних дел князь П.Д. Святополк-Мирский предложил Николаю II провести в стране ряд преобразований, в том числе привлечь выборных народом лиц для обсуждения государственных дел и законопроектов для работы в рамках Госсовета. Однако в результате внутренних и межличностных интриг царедворцев это предложение так и не было реализовано.

Революционные события 1905 г. со всей очевидностью поставили перед страной и самодержавием необходимость перемен, в частности в плане расширения влияния народных представителей. Император уже не мог закрывать глаза на ширящееся земское движение. Но он боялся, что даже ограниченный допуск выбранных лиц к законотворчеству может стать «открытием шлюзовых камер» и покушением на дарованные сверху права самодержавия.

Действуя достаточно осторожно, император, тем не менее, своим рескриптом новому министру внутренних дел А.Г. Булыгину пообещал «привлекать достойнейших, доверием народа облеченных, избранных от населения людей к участию в предварительной разработке и обсуждению законодательных предложе-

ний». Историки считают, что большую роль в принятии им такого решения стало мнение дворянства, собрание предводителей которого в марте 1905 г. высказалось «за сохранение самодержавия при участии выборных от земли людей в государственной работе»<sup>2</sup>.

В результате совещание при министре, в котором принимали участие ряд высших сановников государства, отвергло идею соборов, представительной части Госсовета и остановилось на идее выбора Госдумы в количестве 400–500 человек. При разработке проекта его авторы брали за основу опыт работы нижних палат законодательных собраний Европы. По замыслу, законопроекты из нижней палаты передавались в верхнюю — Госсовет, после чего поступали на подпись императору.

Создание Государственной думы помимо всего прочего имело цель сбить накал революционных настроений в стране. В течение августа–октября 1905 г. разрабатывались отдельные акты по выборам ее членов от российских окраин — Польши, Закавказья, Средней Азии, Сибири и Дальнего Востока. Если в Центральной России один делегат избирался от 250 тыс. избирателей, то на окраинах — от 350 тыс. В Польше, например, помещики и крестьяне были объединены в одну избирательную курию. В соответствии с Манифестом от 17 октября 1905 г. из Основных законов было исключено положение о «неограниченном самодержавии». Вместо этого было сказано, что отныне царь осуществляет свою власть в единении с Государственной думой и Государственным советом. Однако кабинет министров сохранял полную независимость от Госдумы, которой дозволялось лишь делать запросы министрам.

Избирательный закон от 11 декабря 1905 г. расширял круг городских изби-

<sup>1</sup> URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/ Среднеазиатские владения Российской империи](http://ru.wikipedia.org/wiki/Среднеазиатские_владения_Российской_империи).

<sup>2</sup> Государственная дума в России. 1906–1917. С. 54.

рателей (собственников недвижимости, плательщиков налогов). Что касается национальных окраин, то там выборы проводились не столько на основе имущественного ценза, сколько по вероисповедно-национальному признаку, что на практике означало ущемление местного туземного населения. Только в Польше русские не имели преимуществ. На Кавказе преимущество было предоставлено казакам. В Средней Азии власти выделили малочисленную русскую курию, но она имела одинаковое с местным населением представительство (по шесть депутатов)<sup>1</sup>. Дополнительные места предоставлялись казакам. Аналогичная картина была в Степном крае (Казахстане), в Сибири и на Дальнем Востоке. Там 70% туземного населения избирали четырех депутатов, русское население — тоже четырех, а казаки — двух. Естественно, что такое национальное представительство оставляло место для последующих споров и конфликтов.

Но наиболее важным было подтверждение Николаем II за Думой одинаковых прав с Госсоветом. Ни один закон не должен приниматься без их общего одобрения. Советские историографы называли и сам Манифест, и Госдуму подачкой, под соусом которой царь начал жестоко подавлять революционные и национально-освободительные движения. Тем не менее это были первые реальные шаги к формированию пусть несовершенных, но представительных органов власти.

Порядок выборов в I Государственную думу определялся законом о выборах, изданном в декабре 1905 г. и учреждавшем четыре избирательные курии: землевладельческую, городскую, крестьянскую и рабочую. В выборах не принимали участия женщины, молодежь до 25 лет, военнослужащие, ряд национальных меньшинств. Выборы были многоступенчатыми: двухстепенными, когда депутатов

избирали выборщики от избирателей, а для рабочих и крестьян — даже трех- и четырехстепенными. Один выборщик приходился в землевладельческой курии на 2 тыс. избирателей, в городской — на 4 тыс., в крестьянской — на 30 тыс., в рабочей — на 90 тыс. По рабочей курии к выборам допускались только те рабочие, которые были заняты на предприятиях с числом работающих не менее 50. В результате избирательного права сразу лишались 2 млн мужчин-рабочих. Общее число избранных депутатов Думы в разное время колебалось от 480 до 525 человек. На выборах в I Госдуму убедительную победу одержали кадеты (170 депутатов). Кроме них в ее состав вошли 100 представителей крестьянства (трудовиков), 15 социал-демократов (меньшевиков), 70 автономистов (представителей национальных окраин), 30 умеренных и правых и 100 беспартийных депутатов.

Большевики изначально решили бойкотировать выборы в этот представительный орган, однако их бойкот не увенчался успехом, после чего их тактика изменилась. В Думе они решили работать, пропагандируя свою политику национального освобождения. Русские социал-демократы откровенно не были заинтересованы в конструктивной работе этого представительного органа. Подобная политика, нацеленная на подрыв фундаментальных основ российского самодержавия, Российской империи, не раз низводила работу Госдумы до политических разбирательств и возбуждала общественное мнение.

Само формирование Государственной думы — первого российского национального парламента — стало важным шагом в развитии российской демократии. Указ о Государственной думе и Государственном совете был подписан Российским императором 20 февраля 1906 г.

I Государственная дума просуществовала всего 72 дня, приняв за это время 391 запрос о незаконных действиях правительства. В реальности функции Ду-

<sup>1</sup> Там же. С. 77.

мы были очень ограничены: только царь мог утверждать законы, только он обладал правом в любой момент распустить Думу, что и сделал, обосновав свое решение с помощью обтекаемой формулировки «за уклонение в вопросы, не входящие в компетенцию Думы». С одной стороны, можно, конечно, упрекнуть организаторов выборов в неравноправии голосования на окраинах империи, их недостаточной демократичности, но, с другой стороны, жители этих территорий впервые принимали участие не в решении своих внутренних вопросов, а в делах империи. Они становились ее частью.

Исполнительная власть рассчитывала на то, что представительная власть не сломает эту систему. Полуофициальная позиция царского правительства состояла в том, что «всякие перемены, всякий крутой переход из старого в новое и даже из беспорядка в образование опасны. Поэтому при введении нового учреждения необходимо распорядиться так, чтобы права, обычаи народов были приноровлены к нашему законоположению, а учреждение — приноровлено к ним»<sup>1</sup>.

II Государственная дума работала в течение одной сессии — с 20 февраля по 2 июня 1907 г. — и была созвана согласно избирательному закону от 11 декабря 1905 г. В ее состав вошли 518 депутатов: 104 трудовика, 98 кадетов, 65 социал-демократов, 37 эсеров, 22 монархиста, 32 октябриста, 76 автономистов, 17 представителей казаков, 16 народных социалистов, 50 беспартийных, один представитель партии демократических реформ. Председателем Думы был избран один из лидеров кадетов Ф.А. Головин.

По составу депутатов она оказалась значительно радикальнее своей предшественницы, хотя по замыслу царской администрации должна быть более лояльной. Большинство ее заседаний, как и

ее предшественницы, было посвящено процедурным вопросам, что стало формой борьбы за расширение компетенции депутатов. Правительство, ответственное только перед царем, не желало считаться с Думой, а она, рассматривавшая себя в качестве народной избранницы, не хотела признать узкие рамки своих полномочий. Такое положение дел стало одной из причин роспуска II Государственной думы.

III Государственная дума работала с 1 ноября 1907 г. по 9 июня 1912 г., имела пять сессий и просуществовала пять лет — весь отведенный ей по закону срок. По новому избирательному закону от 3 июня 1907 г. (Третьеиюньский переворот) были значительно урезаны права ряда категорий населения: число представителей от крестьянства сокращалось в 2 раза, от рабочих — в 2,5 раза, от Польши и Кавказа — в 3 раза, а народы Сибири и Средней Азии, вообще, потеряли право представительства. Зато были значительно расширены избирательные права помещиков — по новому закону голос помещика приравнивался к голосам четырех крупных предпринимателей, 260 крестьян, 543 рабочих. Помещики и крупная буржуазия получили две трети общего числа выборщиков, рабочим и крестьянам было оставлено около четверти выборщиков. Рабочие и крестьянские выборщики были лишены права самим избирать депутатов из своей среды. Это право было передано губернскому избирательному собранию в целом, где в большинстве случаев преобладали помещики и буржуазия.

Значительная часть законопроектов касалась малозначительных вопросов и по-прежнему — выдвижения политических платформ. Важнейшими законами, принятыми III Государственной думой, были законы об аграрной реформе (от 14 июня 1910 г.), о введении земства в западных губерниях (1910 г.).

Выборы в IV Государственную думу состоялись в сентябре—октябре 1912 г.

<sup>1</sup> Национальная политика в императорской России. Цивилизованные окраины. [URL]: <http://lib.znate.ru/docs/index-8051.html>. С. 70.

В Думе сохранилось правооктябристское и октябристско-кадетское большинство. Среди 442 депутатов было 120 националистов и умеренно-правых, 98 октябристов, 65 правых, 59 кадетов, 48 прогрессистов, три национальные группы (польско-литовско-белорусская группа, Польское коло, мусульманская группа) насчитывали 21 депутата, 14 социал-демократов (6 большевиков и 7 меньшевиков, один депутат, не являвшийся полноправным членом фракции, примкнул к меньшевикам), 10 трудовиков, 7 беспартийных. Председателем Думы стал октябрист М. Родзянко.

Большая часть деятельности Думы пришлось на Первую мировую войну. Поражения русских войск весной и летом 1915 г., кризис государственной власти вызвали рост оппозиционных настроений. В результате на 19 июля 1915 г., когда открылась четвертая сессия Думы, лишь крайние правые депутаты полностью поддерживали правительство. Большинство фракций Государственной думы и часть фракций Государственного совета выступили с критикой правительства, потребовали создания правительственного кабинета, пользующегося «доверием страны». Переговоры между думскими фракциями привели к подписанию 22 августа формального соглашения о создании Прогрессивного блока (236 депутатов). Вне блока остались правые и националисты. Указом 25 февраля 1917 г. заседания Государственной думы были прерваны. Больше Дума не собиралась, но формально продолжала существовать и оказывать влияние на развитие событий. 27 февраля (12 марта) в разгар Февральской революции 1917 г. был создан Временный комитет Государствен-

ной думы, который 2 (15) марта после переговоров с Исполнительным комитетом Петроградского совета сформировал Временное правительство. В последующий период деятельность Государственной думы проходила под видом «частных совещаний» ее депутатов.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Создание Государственной думы царского периода стало первым в истории Российского государства опытом формирования полноценного парламента, хотя и с урезанными полномочиями. Оно было обусловлено как всем характером развития государства, так и необходимостью корректировки его внутренней политики. Таким образом, российская демократия имела свои давние традиции, уходящие своими корнями в период становления Российского государства и объединения вокруг него новых земель и территорий.

Огромным достоинством российско-го руководства и царской династии было то, что оно не стремилось уничтожить бытовавшие на этих территориях формы управления, местную иерархию, скорректировав ее по возможности в пользу большей управляемости и большей лояльности царскому двору.

Государственная дума России положила начало российскому парламентаризму, проложила путь к подлинному народовластию. В СССР была перечеркнута одна важная направленность российского парламентаризма — приостановлена многопартийность. Воссоздание Государственной думы в 1993 г. — это и дань традиции, и обеспечение преемственности в развитии государства на новой стадии его развития. Но это уже другая история.

**ПЕТЕР КЕЛЛЕР**

---

**ВЛИЯНИЕ МИРОВЫХ КРИЗИСОВ  
НА ТУРИЗМ**

---

*Автор показывает, как туризм реагирует на мировые финансовые кризисы, и пытается объяснить, с чем связан высокий рост туризма в период посткризисного восстановления.*

*Ключевые слова: мировые финансовые кризисы, устойчивое развитие, бедность, экономический катализатор, туристские направления.*

*This article shows how the tourism and different tourist destination survive global financial crises. The author explains how the tourism function after the post-crises period.*

*Key words: world financial crises, sustainable tourism, poverty, market, economic effects.*

Туризм как экономический вид деятельности является достаточно уязвимой сферой экономики, особенно в случае различного рода кризисов, будь то кризис экономический, социальный или терроризм. Туризм реагирует на любые изменения быстрее, чем любая другая сфера экономической деятельности, но при этом период восстановления гораздо короче, чем у других. Туристский спрос становится менее устойчивым, но никогда не угасает.

Еще одна особенность туризма в его распределительной функции — туристский рынок работает как некий перераспределяющий финансовый механизм: от богатых стран к бедным.

**ПРОЛИФЕРАЦИЯ<sup>1</sup> КРИЗИСОВ  
В XXI ВЕКЕ**

Под воздействием экономических кризисов, которые случаются все чаще и

становятся все более затяжными, международный туризм испытывает сложности с начала XXI в.

Как результат глобализации эти кризисы, будь то экономические или социальные, часто имеют одну общую характеристику — они затрагивают экономику всех стран, и становится ясно, что ни одной стране ни удастся избежать последствий кризиса.

Причины пролиферации кризисов многокомбинированные, но все они являются следствием того, что современный мир взаимосвязан, взаимозависим и, следовательно, менее стабилен. Последствия этой нестабильности сказываются на различных экономических сферах деятельности: транспорте, финансовой сфере, ИТ-индустрии и т.д. Нарастающая глобализация связана с быстрым ростом цен.

Такая тенденция имела место не только в эпоху первого глобального кризиса финансовой системы, повлиявшего на цены таких стратегически важных сырьевых материалов, как нефть и газ, но также оказывает негативное влияние на геополитические и экологические сферы в настоящее время. Мир, разделенный на

---

© Келлер П., 2013

<sup>1</sup> Пролиферация — медицинский термин, обозначающий разрастание ткани путем размножения клеток делением. В социальных и экономических науках стал использоваться для обозначения процессов умножения (размножения) каких-либо процессов.

бедных и богатых, стал более уязвимым для конфликтов. Мировая экономика страдает от дисбаланса.

Достаточно сложно уравновесить финансовую, реальную экономику со сбережениями и инвестициями, а также с бюджетом страны. Довольно сложно использовать сырьевые материалы для экономического развития страны и при этом контролировать ситуацию цен на рынке. Постоянно нужно иметь в виду, что подобный экономический дисбаланс всегда может быть поводом для развития нового кризиса.

#### ОТНОСИТЕЛЬНАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ТУРИЗМА В КРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД

Туристская экономика очень восприимчива к кризисам различного рода. Зачастую реакция туристов и потенциальных клиентов непредсказуема и весьма неадекватна на появившийся риск, с которым им предстоит столкнуться. Кризисы XXI в. сделали туристский спрос менее стабильным и устойчивым. В то же время нет ничего удивительного в том, что по окончании кризиса 2009 г. и, соответственно, кризисного спада международного туризма произошел быстрый рост спроса на международный туризм вследствие его высокоэластичности. Частые кризисы приучили туристов и поставщиков туристских услуг к высокому уровню гибкости. С каждым новым кризисом появляются новые туристские направления и решения возникающих проблем.

Кризис 2009 г. повлиял в первую очередь на частный бизнес, потом на конгрессный туризм, а вскоре на все рекреационные и экскурсионные виды туризма. В свою очередь, местный туризм стал неким стабилизатором кризисной ситуации.

Страны с развивающейся экономикой переживают кризис гораздо легче, чем развитые страны, что и показал кризис 2009 г. Динамичный рынок развивающихся стран (в том числе местный туризм как элемент

этого рынка) сгладил кризисное положение, и вскоре рынок вернулся к докризисному состоянию.

#### ПРОЦЕССЫ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И РОСТ ТУРИЗМА

Недавние кризисы не изменили туристских предпочтений и поведения клиентов на рынке. Влияние на туристское предложение было значительно слабее, чем влияние на спрос. Например, так называемый люксовый туризм не пережил никаких исторических потрясений с точки зрения предложения. Спрос после падения вскоре возобновился. Кроме того, туристская инфраструктура, связанная с большими компаниями, также очень скоро, преодолев пиковую точку кризиса, начала сама себя развивать: туризм стал инвестировать средства в развитие глобальных гостиничных сетей и авиакомпаний.

Нарастающая глобализация является катализатором развития туристского сектора. Экономики разных стран все больше и больше открываются глобализации. Так, они входят на рынок, который увеличивает различия между трудом и производительностью. Многие экономически благополучные страны развили мощные туристские структуры, что позволяет их резидентам осуществлять туристские путешествия как внутри страны, так и за рубежом.

Миллионы людей в развивающихся странах пока не имеют такого доступа к путешествиям. Сегодня 57% всех путешествующих – это выходцы из развитых стран. Эти 57% в среднем имеют схожие предпочтения и схожий социально-экономический статус. Таким образом, происходит экономический обмен между похожими в предпочтениях потребителями и схожими туристскими продуктами.

Местный туризм в таких странах обычно в полтора раза выше, чем выездной туризм. Но тем не менее присутствие развивающихся стран на рынке составляет уже 43%. Развитый рынок имеет лучшее распределение и более эффективное использование ресурсов.

## ИНВЕСТИЦИИ В ТУРИЗМ В ПОСТКРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД

Инвесторы, как правило, ищут такие рынки, где их ресурсы найдут наиболее эффективное применение, финансовая отдача будет наиболее высокой и быстрой. Таким образом, оцениваются внутренние и внешние факторы роста рынка. Такие ресурсы, как природное и культурное наследие, рукотворные объекты – ключи к развитию туризма.

Туристы готовы платить за соприкосновение с такими туристскими объектами. Следовательно, туризм эффективен только тогда, когда используются именно эти туристские ресурсы. Можно сделать вывод, что для инвестиций наиболее привлекательными будут именно те дестинации, которые обладают и используют уникальные культурные и природные объекты.

Тем не менее большинство стран имеют уникальные объекты туристской привлекательности, но их количество и важность разнятся между собой. Есть тенденция концентрации туристского рынка на объектах более привлекательных с точки зрения восприятия туриста. Следовательно, не все страны имеют одинаковые возможности для развития туризма, поскольку некоторые страны имеют огромное количество уникальных объектов, но не используют их или же эти объекты не обладают высоким уровнем туристской привлекательности; в другом случае – страны имеют небольшое количество подобных объектов, но используют их в полную мощь.

В последнее десятилетие особую роль играет развитие новых, неординарных туристских дестинаций и продуктов. Эти продукты основаны на предыдущем опыте и на более широком использовании современных технологий, что позволяет туризму становится более экономически эффективным. Вообще, туризм может стать катализатором развития целой страны.

Примеров этому масса: европейские страны, Таиланд, Турция и другие – все эти страны живут за счет туризма или же

туризм является одной из основ экономики страны.

## СИЛА МЕЖДУНАРОДНОЙ ОБЩЕСТВЕННОСТИ И СНИЖЕНИЕ БЕДНОСТИ

Международный туризм имеет огромное значение для снижения бедности в странах и регионах. Рынок не является социальной структурой и не распределяет доход между богатыми и бедными. Туризм же представляет собой своего рода распределитель денежных средств на рынке между бедным и богатым населением, позволяя участвовать на рынке всем социальным слоям. Тем не менее туризм не может в полной мере стимулировать труд, развитие местных торговых сетей, предотвращать миграцию молодежи и т.д.

Международное сообщество поддерживает технологичное развитие и финансирование альтернативных моделей развития. Они понимают туризм как способы решения проблем, связанных с бедностью населения, и продвигают этот вид деятельности среди местного бизнеса. Туризм стимулирует развитие международных и локальных компаний и является катализатором обмена товаров и услуг. Он также способствует улучшению законодательного строя, который впоследствии становится благоприятной почвой для развития всей экономики страны в целом.

## БЛАГОПРИЯТНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Есть два противоречащих мнения относительно участия государства в развитии туризма. Некоторые экономисты считают, что наилучшим путем развития туризма является упрощение законодательных систем и снижение препятствий для развития частного сектора. Международное сообщество же считает, что туризм должен быть строго спланирован, чтобы добиться своего эффективного функционирования.

Либеральный подход, таким образом, стимулирует развитие туризма, ориентированное на рыночную систему, соци-

альный подход ищет альтернативные методы развития.

Либеральные экономисты считают, что необходимо поддерживать больше частных инициатив, что приведет к более эффективному развитию туризма. Международная общественность полагает, что необходим спланированный туризм для его устойчивого развития, создание сетей обмена

знаний и системы снижения уровня бедности. Этот метод также поддерживается новыми формами финансовой инженерии.

По мнению ЮНВТО, необходимо грамотно комбинировать эти два подхода, создавая условия не только для реализации желаний потенциального клиента, развития частного бизнеса, но и для общей спланированной политики страны.

УДК 338.485

Е.В. МОШНЯГА

## ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

*Рассматриваются современные тенденции развития мирового туризма: глобализация и локализация, устойчивый туризм, ответственный туризм, доступный туризм, диверсификация, индивидуализация, либерализация въезда-выезда, технологизация, электронный туризм (e-tourism), виртуализация, постмодернистские тенденции в туризме и пост-туризм (эготуризм), нишевой туризм, демографические тенденции в туризме, переход от «индустрии услуг» к «индустрии опыта и впечатлений».*

*Ключевые слова: глобализация, локализация, глокализация туризма, устойчивый туризм, ответственный туризм, доступный туризм, диверсификация, индивидуализация туризма, электронный туризм, виртуализация туризма, нишевой туризм.*

*The article explores modern trends of world tourism development: globalization and localization, sustainable tourism, responsible tourism, accessible tourism, diversification, individualization of tourism, entrance-exit liberalization, technologization, electronic tourism (e-tourism), virtualization of tourism, post-modern trends in tourism and post-tourism (ego-tourism), niche tourism, demographic tendencies in tourism, transition from «service industry» to «experience and impressions industry».*

*Key words: globalization, localization, glocalization of tourism, sustainable tourism, responsible tourism, accessible tourism, diversification, individualization of tourism, electronic tourism, virtualization of tourism, niche tourism.*

Современный массовый туризм справедливо называют феноменом XX века, а XXI век, по оценкам специалистов, станет веком туризма. Сегодня из 195 государств мира в туризм вовлечены 155 стран. Мировой туризм демонстрирует непрерывный рост. В 2012 г. ежегодный объем общемировых туристских потоков

впервые превысил миллиард прибытий и составил 1 млрд 35 млн (в 2013 г. – 1 млрд 87 млн), а доходы от туризма впервые превысили триллион долларов США и составили 1 трлн 75 млрд долларов. По прогнозам ЮНВТО, темпы роста туризма в мире составят 4–4,5% в год, а темпы роста доходов – 4% [1].

Помимо тенденций последних десятилетий, характеризующих развитие ту-

ристского рынка и проявляющихся в расширении и реструктуризации рынка, консолидации и конверсии, горизонтальной и вертикальной интеграции, широком распространении сетевого бизнеса между различными секторами туризма, в мировом туризме получили яркое отражение тенденции, привнесенные эпохой глобализации, веком информатизации и коммуникации, новым информационным обществом.

## ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И ЛОКАЛИЗАЦИЯ В ТУРИЗМЕ

Глобализация создает принципиально новые условия сосуществования и взаимодействия стран и регионов всего мира, вовлекая их в массовый обмен потоками информации, знаний, технологий, финансов, товаров, услуг, человеческих ресурсов.

Наряду с тенденциями глобализации, размывающими границы национального, трансформирующими культурную идентичность, нивелирующими своеобразие этнокультур, ведущими к унификации норм и стандартов в туризме, действуют встречные тенденции локализации (регионализации), продвигающие на мировые рынки уникальный, национально и регионально окрашенный продукт. В результате взаимодействия глобального и локального сформировалась тенденция «глокализации», развивающая известный маркетинговый принцип «Мысли глобально и действуй локально» и сочетающая глобальные, региональные и местные черты и особенности в едином интегрированном подходе к продвижению дестинации и разработке турпродукта.

Другими словами, с точки зрения «глокализации» локальный продукт должен быть адаптирован для понимания и принятия на глобальном рынке. Глобализация в туризме проявляется в распространении моды на туризм, однотипных моделей отдыха и путешествий, стандартизации и унификации туристских услуг.

Одновременно встречный тренд локализации отражается во внесении в туристский продукт уникального местного колорита, духа культуры местного сообщества, самобытной атмосферы места.

## УСТОЙЧИВЫЙ ТУРИЗМ (Sustainable Tourism)

Глобализация туризма означает формирование единого туристского пространства и прямую взаимозависимость всех участников туристских обменов и международной туристской деятельности. Одновременно это предполагает их коллективную ответственность перед живущим и будущими поколениями за сохранение природного и культурного разнообразия на планете, за устойчивый туризм. Под устойчивостью понимается специфическая черта какого-либо состояния или процесса, качество или характер которого постоянно поддерживаются на определенном уровне с точки зрения его продуктивности.

Устойчивый туризм — это не отдельный вид туризма, а философская концепция или идеологический подход к развитию туризма будущего, который уважает природное, культурное и социальное окружение дестинации. Это такая туриндустрия, которая принимает меры по достижению минимального влияния на окружающую среду и местную культуру, сохранению локальных экосистем и разнообразия этнических культур, способствуя при этом формированию доходов, занятости, инфраструктуры. Иначе говоря, устойчивый туризм стимулирует экономическое и социальное развитие, сохраняя при этом природную и культурную среду.

Принципы устойчивого туризма уже четверть века являются основополагающими в теории и практике менеджмента туризма. Без стратегического видения путей устойчивого развития и соблюдения принципов устойчивости на всех этапах планирования, продвижения и менеджмента туризм не сможет производить экономические и

социальные блага в принимающих туристических сообществах. Принципы устойчивого туризма применимы ко всем видам и формам туризма и во всех типах туристических дестинаций.

Через устойчивый туризм достигаются три важнейших принципа туристского развития: во-первых, *качество*, так как устойчивый туризм предоставляет качественный опыт для посетителей, улучшая при этом качество жизни принимающего сообщества и защищая качество окружающей среды; во-вторых, *непрерывность*, поскольку устойчивый туризм обеспечивает непрерывность природных ресурсов, на которых он базируется, и непрерывность культуры принимающего сообщества, предоставляющей посетителям искомый культурный опыт; в-третьих, *равновесие*, так как устойчивый туризм уравнивает потребности туристской индустрии, защитников окружающей среды и местного сообщества, развиваясь на основе общих целей и отношений сотрудничества посетителей, принимающего сообщества и туристской дестинации [2, с. 232].

Участники устойчивых туров мотивированы посещением уникальных объектов, участием в природо- и культуроохранных мероприятиях, взаимодействием с единомышленниками, межкультурным общением с местными жителями. «Устойчивые» туристы сознательно принимают на себя ответственность по минимизации воздействия туризма на принимающие сообщества, участвуя в специальных мероприятиях, к которым относятся: информирование туристов о культуре и экономике посещаемых сообществ; уважение взглядов и ценностей представителей местных культур; межкультурное взаимопонимание и толерантность; поддержка целостности местных культур и видов деятельности, обеспечивающих сохранность культурного наследия; поддержка местной экономики за счет приобретения продуктов местного производства; сохранение ресурсов

посредством использования продуктов экологически ответственных предприятий; минимальное использование невозобновляемых ресурсов.

#### ОТВЕТСТВЕННЫЙ ТУРИЗМ (Responsible Tourism)

Устойчивый туризм напрямую связан с пониманием сущности ответственного туризма. Это восприимчивый, мягкий, бережный, социально ответственный туризм, оказывающий щадящее воздействие на природную и культурную среду дестинации.

Концепция ответственного туризма распространяется как на виды туризма в дестинации, так и на туристский бизнес. Ответственный туризм в дестинации предполагает, что сами туристы должны вести себя ответственно, уважительно, внимательно по отношению к природному и культурному окружению. Ответственный туристский бизнес означает, что туристическая индустрия учитывает воздействие туристской деятельности на окружающую природную и культурную среду и соответствующим образом планирует развитие туризма, принимает управленческие решения, выстраивает стратегии.

К ответственному туризму ЮНВТО относит экологический, природный (*nature-based tourism*), приключенческий, сельский, фермерский, агротуризм и туризм в сообществах (*community-based tourism*), причем экологический туризм назван «совестью туристической индустрии».

Ответственный туризм зачастую имеют *альтернативным туризмом* (*alternative tourism*), т.е. он рассматривается как альтернатива массовому туризму с его разрушительным воздействием на принимающие туристские сообщества. Альтернативный туризм подразумевает альтернативные мотивации путешественников, альтернативные дестинации, альтернативное поведение, альтернативный менеджмент, альтернативных поставщиков туристических услуг, альтернативную философию развития туризма. В целом, альтернатив-

ный туризм способен предотвратить перенаселение популярных дестинаций, транспортную загруженность, чрезмерную нагрузку на ресурсы и их истощение, загрязнение среды. Одновременно альтернативный туризм может способствовать сохранению природного и культурного наследия, формированию новых дестинаций, созданию новых рабочих мест, подготовке кадров для туризма, изменению сознания и повышению ответственности туристов и специалистов туристской деятельности.

Устойчивый и ответственный туризм также называют *этическим туризмом* (*ethical tourism*), подразумевая этическое поведение туристов, турбизнеса и туристских администраций в отношении к природе и культуре дестинации. Принципы этического туризма отражены в Глобальном этическом кодексе туризма ЮНВТО. Кодекс устанавливает этические ориентиры для правительств, администраций, дестинаций, туроператоров, турагентов, туристского персонала, самих путешественников.

Этический туризм касается этических ценностей в туризме, прав и обязанностей туристов, бережного отношения к природному и культурному наследию, прав человека и животных, этики бизнеса, справедливости распределения доходов и благ от туризма, этических проблем глобализации, этики межкультурного общения.

Выделяют этику гостя и этику хозяина. *Этика гостя* понимается как этические нормы поведения в чужом Доме. Она состоит в соблюдении правил и норм поведения в общественных местах. Особенно это касается культовых учреждений, мемориальных памятников и других мест, связанных с духовной культурой сообщества (форма одежды, громкость и тональность речи, фото- и киносъемка), в незагрязнении окружающей среды отходами, в отсутствии туристского вандализма (надписи на стенах достопримечательных мест и других объектах,

нанесение ущерба объектам в результате отлома фрагментов «на сувениры» и т.д.).

Этика гостя может быть связана с подавлением в себе демонстрационного эффекта (более скромная и менее открытая одежда, менее расточительное для «хозяев» потребление воды и электричества, более рациональное с точки зрения утилизации отходов питание, когда при системе «все включено» большое количество продуктов выбрасывается и т.д.). Особенно это важно в условиях социальных различий между «гостями» и «хозяевами»: контраста бедности и богатства, общественного неравенства. Этика гостя заключается и в том, чтобы туризм не воспринимался хозяевами как культурное доминирование над ними, как новая форма колониализма или новый империализм.

*Этика хозяина* означает гостеприимство, терпимость, толерантность, уважительность, дружелюбие, невраждебность, услужливость жителей сообщества, принимающего туристов как гостей. Она включает и обеспечение безопасности гостей: от информационной до физической, от медицинской до имущественной.

*Этический туризм* – это этика туристского бизнеса и этика туристов (индивидуалов и групп), причем туристы могут быть вовлечены в этическую деятельность как через пассивное соблюдение правил и норм, так и через активное прямое участие в волонтерских, благотворительных, экологических, культурных и других специальных туристских проектах, имеющих целью минимизацию негативных воздействий туризма и экономическую поддержку местных сообществ за счет развития туризма. Например, *пробедный туризм* (*pro-poor tourism*), т.е. туризм в интересах бедных, отражает идею использования туризма для подъема и развития «бедных» сообществ, включая отчисление части доходов от туризма на благотворительные цели в сообществе и участие путешественников в различных благотворительных проектах и акциях.

Многие транснациональные корпорации все чаще используют корпоративную этическую бизнес-практику, которая уже не ориентирована исключительно на максимизацию прибыли, а предполагает ответственность компании за результаты воздействия своей деятельности на природную и культурную среду местного сообщества. Потребители-туристы, в свою очередь, начали осуществлять выбор турпродукта с учетом этической репутации компании [3, с. 193]. В этой связи Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) отмечает, что растет число компаний, внедривших у себя культуру корпоративной благотворительности, в рамках которой часть прибыли направляется в принимающие сообщества, например на охрану окружающей среды [4].

Наметилась устойчивая тенденция к тому, что этические принципы получают свое распространение на многие виды массового туризма. Это вызвано тем, что они важны не только для туристов, но и для туроператоров, которые придерживаются этических кодексов в процессе планирования туров, выбора дестинаций и поставщиков для своего турпродукта. Для туроператора следование принципам этического туризма может повысить качество турпродукта и увеличить его привлекательность, что позволит ему успешнее конкурировать на туристском рынке, улучшить репутацию, завоевать признание в обществе. Этический туризм через идею о гражданской позиции объединяет организаторов и пользователей туристских услуг, привлекает их к социальному и гражданскому партнерству.

#### ДОСТУПНЫЙ ТУРИЗМ (Accessible Tourism)

Доступность туризма означает универсальную возможность людей путешествовать и пользоваться услугами туристической индустрии без каких-либо ограничений. Доступный туризм называют также *безбарьерным* (*barrier-free*), подразумеваю-

щим наличие (или создание) безбарьерной среды как для туристов, так и для местных жителей территории, развивающейся как туристская дестинация.

Принцип доступности распространяется на следующие компоненты и аспекты туризма:

- здания и сооружения, особенно средства транспорта и транспортной инфраструктуры (аэропорты, вокзалы), размещения (гостиницы) и достопримечательности (музеи, галереи, театры), которые должны соответствовать принципу универсального дизайна с тем, чтобы быть доступными для людей независимо от возраста, физического состояния и возможностей (наличие пандусов, широких дверных проемов, лифтов и подъемников, нажимных (а не поворотных) дверных ручек, понятных и четко видимых указателей и пиктограмм);

- дестинации, которые должны быть доступны с точки зрения территориальной, временной и финансовой доступности, при этом, как отмечают эксперты, совершенствование инфраструктуры (например, строительство дорог) не во всех случаях может быть полезным, поскольку может превратить дестинацию с проживанием (ночевкой) в экскурсионную дестинацию (без необходимости размещения на ночлег), что неизбежно приведет к потере бизнеса местными средствами размещения и в целом к изменению образа дестинации;

- сами путешествия, с точки зрения того, что право путешествовать должно стать универсальным правом человека независимо от физических или социальных условий и возможностей (социальный туризм, туризм третьего возраста, туризм четвертого возраста).

#### ДИВЕРСИФИКАЦИЯ

Заметной тенденцией в мировом туризме является диверсификация, т.е. развитие туристского бизнеса на основе широкого разнообразия видов деятельности. Например, туристская компания,

занимавшаяся выездным туризмом, может также выйти на рынок внутреннего туризма, кроме пляжного отдыха в летний сезон, заняться горнолыжными турами в зимний сезон и экскурсионными автобусными турами круглогодично, а для этого приобрести свой автобусный парк и начать производить тематические сувениры и др. Среди основных причин выбора стратегии диверсификации — жесткая конкуренция и снижение рисков, возникающих при занятии одним видом деятельности в рамках одного сегмента рынка, расширение целевой аудитории, захват новых рынков сбыта, развитие признанных и успешных брендов за счет создания новых продуктовых линий, увеличение доходов. Растущая диверсификация современного туризма распространяется как на туристские дестинации, так и на турпродукт. Отмечают диверсификацию видов и форм туризма, маршрутов и программ, туристских и гостиничных услуг.

■ *Диверсификация культурного туризма.* Особое внимание к культурному туризму в условиях глобализации, угроза уничтожения культурного наследия, обеспокоенность возможной утратой культурного многообразия планеты, всплеск интереса к своей и чужим идентичностям, поиск своих корней, стремление к узнаванию и общению с носителями других языков и культур привели в последние годы к зарождению в недрах культурного туризма целого ряда его видов (или разновидностей), т.е. к его диверсификации. Среди таких новых видов культурного туризма идентичностный, наследный, примиренческий, межкультурный, коммуникативный, жизнеознакомительный.

■ *Идентичностный туризм (identity tourism)* мотивирован поиском и познанием истоков и корней своей национальной, этнической, культурной идентичности через знакомство с историческими территориями, достопримечательными местами, воссоздающими идентичность; закреплением или развенчанием

национально-культурных стереотипов; знакомством с воссозданными или живыми традициями и языками, способствующими реабилитации этнических групп и народностей в глазах контактирующих культур, предотвращению идентичностных межнациональных или межэтнических конфликтов.

■ *Наследный туризм (heritage tourism)* состоит в познании своего и чужого природного и культурного наследия, в поиске культурного опыта, связанного с прошлым страны и народа, сохранившимся в настоящем в образах места посещения и транслируемым через унаследованные материальные и нематериальные артефакты культуры.

■ *Примиренческий туризм (reconciliation tourism)* вызван к жизни политическими, историческими, социальными, культурными событиями, которые привели к конфликтам и разделению народов, этносов, этнических групп, к разрушению их исторических связей, целостности их общей территории проживания, прекращению их межнационального общения. Именно такие причины мотивируют путешественников к участию в программах туризма как форме диалога культур. Примиренческий туризм продвигает ценности отношений добрососедства, мира, согласия в условиях разделенного сообщества, распада государств, получения автономии отдельными территориями, политической конфронтации, межнациональных конфликтов.

■ *Межкультурный туризм (intercultural tourism)* ориентирован на контакт культур в целях взаимоузнавания, взаимопознания, взаимопонимания и взаимного обогащения в процессе культурного обмена между «гостями» и «хозяевами» туристской дестинации. Туристы стремятся лучше познать свою культуру, чтобы лучше понять чужую, увидеть межкультурные различия, научиться принимать и уважать чужие традиции и ценности, быть терпимыми к проявлению чужих культурных особенностей. Цель тако-

го туризма в межкультурном взаимодействии людей, представляющих разные виды культур. Это могут быть межкультурные программы на транснациональных маршрутах, объединяющих людей многих культур и разных цивилизаций (Запада и Востока, Запада и не-Запада).

■ *Коммуникативный туризм (communicative tourism)* нацелен на самые разные виды общения гостей и хозяев или гостей из разных культур на территории хозяев. Туристы ориентированы на участие в событиях, в которых они будут вовлечены в различные виды, формы и сферы коммуникации друг с другом, с представителями других культур, жителями принимающего туристов сообщества. Ценность данного вида туризма — в человеческом общении, в котором снимаются географические, политические, социальные, культурные, религиозные, языковые и другие различия.

■ *Жизнеознакомительный туризм (life-seeing)* имеет целью погружение в живую культуру посещаемой дестинации, знакомство с культурой, традициями, обычаями, ритуалами, бытом жителей сообщества изнутри, через повседневную практику во всех возможных видах и формах, совместное проживание своими («гостями») и чужими («хозяевами») фрагмента жизни в *чужой* для «гостей» культуре [5, с. 264–265].

Культурный туризм отражает идеологию туризма будущего, раскрывает весь потенциал человеческого существования, проявляет главные ценности и мотивации туризма. Поэтому в перспективе внимание и интерес к культурному туризму будут только расти, также будет расширяться диверсификация его видов и форм.

Ярким трендом в туризме последних лет стала *центрированная диверсификация*, т.е. поиск новых возможностей в уже существующих дестинациях для разработки нового турпродукта.

Примером данной тенденции является центрированная диверсификация *городского туризма (urban tourism)* и городов

как туристских дестинаций. В результате сформировался такой вид городского туризма, как *сити-туризм (city tourism)*, т.е. туризм больших городов). Мегалополисы как туристские дестинации более продуктивны, развиваясь как центры массового потребления, развлечений и досуга. Они располагают большими и разнообразными ресурсами для развития самых разных видов туризма: городскими пейзажами и ландшафтами, городским дизайном, национальной культурой, архитектурой, скульптурой, искусством, музыкой, театрами, событиями, особой атмосферой и духом и т.д. [6, с. 8].

Менеджмент мегалополисов, их планирование и развитие отличаются от управления небольшими городами, в том числе с точки зрения туризма. Угрозы и возможности растущих мегалополисов как центров туризма, изменения в стиле жизни жителей и восприятию туристами имиджа больших городов, необходимость использования иных маркетинговых и управленческих стратегий применительно к мегалополисам привели к тому, что сити-туризм выделился в самостоятельный вид туризма. Большие города стали привлекательны широкому рынку потребителей: во-первых, благодаря развитию транспортной инфраструктуры до них легко добраться, а во-вторых, они предлагают широкие возможности, отвечающие разным вкусам, интересам и потребностям гостей. Все это формирует новую модель потребления и новый спрос: туристы, посещающие большие города, хотят посещать и открывать для себя все новые и новые мегалополисы мира.

В рамках центрированной диверсификации больших городов сформировалась типология городских дестинаций [7, с. 180]:

1. Глобальные/всемирные города (*Лондон, Нью-Йорк*), так называемые «пост-мегаполисы», т.е. мегалополисы, в которых можно найти черты мегалополисов многих других стран мира.

2. Национальные столицы (*Анкара, Бухарест*).

3. Культурные столицы (*Будапешт, Прага, Вена*).

4. Города культурного наследия (*Венеция, Оксфорд, Краков*).

5. Художественные города (*Флоренция, Мадрид*).

6. Креативные города (*Хельсинки, Барселона*), которые должны обладать комплексом из трех Т: Толерантностью, Талантом, Технологиейми.

7. Индустриальные города (*Глазго, Бильбао*).

8. Спортивные города (*Мельбурн, Кардифф*).

9. Фестивальные города (*Рио-де-Жанейро, Новый Орлеан*).

10. Футуристические города (*Дубай, Токио*).

#### ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ

Четко прослеживается тенденция перехода от «массовизации» туризма к его индивидуализации. Это связано, с одной стороны, с тем, что современный человек испытывает усталость в результате рутины, нагрузок и стрессов повседневной жизни и стремится к уединению и одиночеству в период отдыха; с другой стороны, современный путешественник проявляет склонность к отказу от стандартизированных групповых турпакетов в пользу индивидуальных туров, составленных в соответствии с его личными предпочтениями. Данный тренд объясняется и тем фактом, что туристы становятся все более образованными, знающими, имеющими более широкий и разнообразный туристский опыт, и потому стремятся к получению нового уникального опыта путешествия.

#### ЛИБЕРАЛИЗАЦИЯ

##### ВЪЕЗДА-ВЫЕЗДА

Важнейшей тенденцией и перспективой развития международного туризма следует признать либерализацию въездных и выездных формальностей, т.е. происходит сближение международного и внутреннего туризма, обусловленное упрощением туристских формальностей.

Реальностью стала единая Европа. Европейский союз представляет собой единое туристское пространство с открытыми границами. Граждане из стран Шенгенской зоны, объединяющей в настоящее время 26 европейских государств, путешествуют в условиях безвизового режима. Движение в направлении узаконивания свободных миграций жителей Европы началось с подписания в 1985 г. Шенгенского соглашения рядом стран Европейского сообщества о поэтапной отмене паспортного и таможенного контроля для своих граждан на общих границах ЕС, вступившего в силу в 1995 г.

Либерализация туристских миграций отвечает идее свободы передвижения, которая должна стать основополагающим правом человека.

#### ТЕХНОЛОГИЗАЦИЯ

Туризм становится все более технологичным. Электронные технологии проникают во все сектора туристической индустрии и становятся частью повседневной жизни современного путешественника. Эта тенденция будет продолжаться и в обозримом будущем.

Технологии лежат в основе глобальных и национальных систем бронирования (или дистрибуции). На технологиях построены системы бронирования и продаж туров, процессы обслуживания гостей на предприятиях размещения и питания, в транспортных компаниях, на объектах туристского показа и посещениях, туроперейтинг.

Автоматизированное обслуживание становится нормой, и уже сегодня человек, имея доступ в Интернет, может, не выходя из дома и не обращаясь к посредникам, самостоятельно в режиме реального времени (онлайн) «сконструировать» тур по своему индивидуальному желанию, составить маршрут, выбрать услуги, забронировать и оплатить их. Такая технологическая возможность, метод и процедура называются *динамиче-*

ским пакетированием (*dynamic packaging*): потребитель сам составляет индивидуальный пакет услуг, выбирая рейсы, отели, аренду автомобиля и т.д., вместо того чтобы выбирать и бронировать уже готовый, разработанный туроператором турпакет. Тенденция к облегчению выбора и бронированию туров самим клиентом в режиме онлайн будет продолжать развиваться и в будущем.

Однако технологизация человеческой жизни приведет к ощущению недостатка человеческого общения и человеческого контакта (*human touch*) в туристском обслуживании. В результате сам туризм станет главным и самым доступным средством компенсации недостатка человеческого общения.

Одновременно технологизация туризма, который традиционно виделся «индустрией людей», приведет к высвобождению рабочей силы, так как среднестатистическому туристу не потребуются туристские посредники (турагенты, туроператоры, билетные агенты) между ним и предприятиями туристской индустрии. На самих предприятиях транспорта, туризма, гостеприимства, развлечений (в аэропортах, гостиницах, музеях и др.) обслуживающий персонал заменят электронные терминалы и компьютеры, с помощью которых гости смогут пройти процедуры регистрации, въезда, выезда, заказа и оплаты услуг. Например, уже вошли в практику электронные билеты, превратившие пассажирские авиаперевозки в *безбилетные путешествия* (*ticketless travel*). Личные данные пассажира хранятся в цифровом формате в электронной базе авиакомпании, поэтому при регистрации ему достаточно представить удостоверение личности (паспорт), чтобы получить посадочный талон.

Стремительно растущая туристская индустрия в будущем потребует еще больших потоков, оборота и обновления информации для оповещения своих целевых рынков о новых возможностях и продуктах. Потре-

буются в этих условиях, в свою очередь, потребуются точная и полная информация о продукте, с одной стороны, и доступные технологические возможности получения, обработки, комбинирования и передачи информации с автоматической обратной связью, с другой стороны.

Технологии – мощная движущая сила, меняющая образ туристской индустрии и обеспечивающая туристские компании важнейшими конкурентными преимуществами.

Интернет дополняет или полностью заменяет традиционные каналы распределения (дистрибуции) турпродукта или отдельных услуг. Если сегодня большинство потребителей пользуется Интернетом для изучения имеющихся на рынке туров и их ценового диапазона, а затем обращаются в турагентства для реального бронирования и оплаты тура, то завтра потребители смогут полностью обходиться без помощи человеческих посредников (туроператоров и турагентов), выполняя полный цикл составления тура, бронирования и оплаты при информационно-технологическом посредничестве Интернета.

Преимущества Интернета в качестве информационно-технологического посредника в туризме:

- упрощение и ускорение процедур комплектования, бронирования и оплаты тура;
- охват большего количества целевых рынков, в том числе географически удаленных, выход на новые сегменты рынка;
- глобальная доступность турпродуктов при значительно более низких ценах, нежели в условиях традиционных систем бронирования и методов дистрибуции;
- снижение затрат на производство и реализацию турпродукта за счет отсутствия расходов на содержание отделов бронирования, на издания бумажных каталогов и других рекламно-информационных материалов, комиссионных платежей турагентам.

Недостатками Интернета является отсутствие, во-первых, глобальной доступности

сти Интернета населению, а во-вторых, заинтересованного, внимательного и ответственного человеческого участия в лице сотрудников туристских компаний.

Туристская индустрия будущего продолжит и расширит маркетинг и продвижение своего продукта в сети Интернет, следуя идее Билла Гейтса: «Если вашего бизнеса нет в Интернете, значит, у вас нет бизнеса».

Стремительный рост электронного позиционирования и продвижения турпродукта привел к появлению понятий «электронный туризм» и «мобильный туризм».

### ЭЛЕКТРОННЫЙ ТУРИЗМ (E-Tourism)

Развитие информационных технологий и телекоммуникаций привело к невероятному росту электронной коммерции, и уже сейчас, по оценкам экспертов, электронная продажа туруслуг в мире оставила далеко позади продажу книг, музыки и компьютеров. Преобладающее большинство туристских компаний имеют свои электронные офисы и предлагают потребителям полную информацию по всем видам услуг, и прежде всего по авиаперевозкам, средствам размещения и аренде автомобилей. Перечень продуктов туркомпаний, представленных в режиме онлайн, постоянно расширяется: сегодня он включает групповые и индивидуальные турпакеты по различным видам туризма (приключенческий, экологический, сельский, медицинский, образовательный), круизы, широкий выбор услуг размещения и питания, самые разные дополнительные услуги. Тенденция электронного туризма будущего – создание и продвижение еще более комплексных продуктов.

Разновидностью электронного туризма является *мобильный туризм* (*m-tourism*). Мобильные технологии в виде приложений для мобильных телефонов (iPhone, iPad, Windows phone, Android) уже сегодня позволяют пользователям по телефону бронировать авиарейсы, отели, автомобили, находясь в любом месте.

Под электронным туризмом понимается не только электронная дистрибуция туруслуг, но и электронные экскурсии, которые также называют виртуальными.

### ВИРТУАЛИЗАЦИЯ

Туристские компании из разных секторов туризма объединяются с компаниями информационных технологий («виртуальная консолидация») для своего представительства в сети Интернет. В онлайн переносятся все основные функции, которые ранее выполнялись в реальных офисах турфирм: выбор турпродукта или отдельных услуг, бронирование, предоплата, оплата, аннулирование, перебронирование.

Для продвижения реальных туров и экскурсий, курортов и отелей, тематических парков и музеев компании используют виртуальные путешествия, в которые посетитель интернет-сайта туркомпании, отеля, ресторана может отправиться, находясь у своего домашнего компьютера или с помощью своего мобильного телефона, находясь дома, на работе, в дороге и т.д.

Тенденция виртуализации путешествий приведет к сформированной потребности потенциального туриста сначала опробовать тур или посетить отель виртуально и лишь затем принимать решение о покупке. Таким образом, виртуализация приведет к кардинальным изменениям в профилях туристов, природе туристского опыта, характере предпочтений, мотиваций и решений.

Сформируется категория виртуальных туристов, которые по финансовым, временным, возрастным и иным причинам не смогут отправиться в реальные путешествия, т.е. спрос на виртуальный туризм увеличится, а значит, вырастет потребность в создании виртуальных пространств туристской гиперреальности.

И наконец в ходе дальнейшего развития туризма появится рынок виртуальных туристов, которые не будут иметь потребности путешествовать в реально-

сти как таковой. Уже сейчас в информационном обществе есть индивидуалы и группы, которые поддерживают потенциал виртуальной реальности в качестве замещения реального путешествия. Эта технология обеспечивает симуляцию туристского опыта, эквивалентного реальному опыту. Применяя необходимые технологии, люди смогут получать искомый туристский опыт дестинации, не посещая ее в реальности.

Будущее электронной дистрибуции тур-услуг — за новыми методами. Основной тренд такого электронного туризма — сочетание электронного и человеческого факторов. Например, агентства «Нажми и закрепи» («Click-and-mortar agencies») — это онлайн-агентства, поддерживаемые сетью традиционных турагентств. Они используют как он-лайн, так и офлайн-продажи, сочетая удобства электронного бронирования с человеческим участием турагента в консультировании и выборе услуг.

Еще одна новая модель электронного турбизнеса — онлайн-система «Назови свою цену» (Name-your-price on-line system). Данная система действует как аукцион наоборот: потенциальный потребитель сообщает системе, что он ищет (дестинацию, сроки путешествия, детали маршрута, условия транспортировки, размещения и цену, которую он желает заплатить). Заказ направляется поставщику, который или принимает его, или отвергает. Пример такой системы — Priceline.com.

Перспективы развития электронной дистрибуции в туризме связывают с сокращением спроса на посреднические услуги вплоть до полного исчезновения посредников (турагентов и туроператоров-оптовиков), с полным переходом на электронные билеты и преобладанием индивидуального прямого бронирования путешественниками тур-услуг в сети Интернет. Самым влиятельным трендом станет сочетание безличного технологического обслужива-

ния с личным человеческим контактом туристского персонала, а значит, сочетание онлайн- и офлайн-дистрибуции.

## ПОСТМОДЕРНИСТСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ В ТУРИЗМЕ

Постмодернизм — это философская концепция и культурная ситуация, начиная с последней трети XX столетия. В широком смысле постмодернизм представляет собой особую культурно-историческую ситуацию, особый тип самосознания и мышления, особый способ мироощущения и оценки познавательных возможностей человека, его места и роли в окружающем мире. Как идеология, эстетика и культурная практика постмодернизм находит отражение не только в искусстве и литературе, но и во многих сферах человеческой деятельности, включая политику и экономику, науку и образование, досуг и отдых, моду и спорт, путешествия и туризм. Постмодернизм как мировоззрение влияет на закрепление в обществе определенных ценностей, взглядов, ориентиров, моделей потребления и поведения. Происходит переориентация с материального и духовного преимущественно на чувственный опыт познания.

Постмодернизм кардинально меняет восприятие человеком окружающей реальности в целом и туристскую картину мира в частности. В туризме постмодернизм выражается в целом ряде тенденций, в том числе таких, как:

- *появление новых видов и форм коммуникативного воздействия в туризме*, например *перформанс*, что сказывается в росте интереса к событийным видам и формам туризма, постановочным зрелищным событиям, музейной и экскурсионной анимации, в которых реконструируются исторические события, которые можно созерцать, даже становясь их участниками, оживают исторические и сказочные персонажи, с которыми гости могут общаться, или *нарратив* (жанр конструирования текста, состоящий в сотворении истории и моделировании реально-

сти), т.е. туристские тексты в путеводителях, брошюрах, другой туристской литературе, а также рассказы гида или экскурсовода представляют собой мифологизированные и романтизированные описания дестинации, формирующие в сознании туриста «вкусную» и притягательную картинку мест посещения;

- *виртуализация* туризма, т.е. перенос значительного объема процессов, событий и актов в гиперреальность;

- *симуляция* или *имитация* туристской реальности, т.е. замена реальности проектом, а реальных артефактов — симулякрами, т.е. копиями копий при несуществующих оригиналах (примером такой симуляции реальности в туризме являются тематические парки, где воссоздается несуществующая реальность, проекты посвящены доисторическому прошлому, сказочной реальности, инопланетному будущему и т.д.);

- *формирование новых типов или профилей туристов*, отражающих их новые жизненные стратегии и туристские мотивации (например, посттуристы, или эготуристы);

- *появление новых видов путешествий и экскурсий*, которые отражают рост туристского спроса на нетрадиционность и маргинальность, эпатаж и эксцентричность, игру и развлекательность, риск и опасность: экстремальный туризм (*extreme*), трущобный (*slums*), мистический (*mystic*), мрачный (*dark*) или черный (*black*) — по местам загадочных смертей; мемориальный (*memorial*) и могильный (*grave*) — по кладбищам и местам захоронений; туризм невзгод и лишений (*hardship tourism*, *troubles tourism*); туризм стихийных бедствий и катастроф (*disaster tourism*); танатуризм (от др.-греч. *thanatos* — по местам, связанным с насильственной смертью) и др.

*Посттуризм* (*post-tourism*), также называемый *эготуризмом*, отражает постмодернистские настроения в обществе, культуре и туризме в конце XX — начале XXI в., проявляющиеся, в частности, в стремлении к получению удовольствий и наслаж-

дений (гедонизм). Эготурист отправляется в путешествие исходя из своих эгоистических мотиваций: чтобы получить телесные, гастрономические, чувственные, духовные, душевные, эстетические, художественные и прочие удовольствия, и ожидает соответствующие своим потребностям услуги в туристской дестинации.

## НИШЕВОЙ ТУРИЗМ (*niche tourism*)

Будущее мирового туризма связывают с развитием нишевого туризма, занимающего узкие сегменты рынка путешествий. К нишевому прежде всего относят *специализированный туризм* (*special-interest tourism*). Среди видов специализированного туризма, возникших или уже набирающих оборот, можно назвать: *фотографический*, *кинотуризм* (по местам съемок популярных фильмов), *ретротуризм*, *геотуризм*, *транспортный*, *гастрономический*, *генеалогический туризм*. Любое хобби может лечь в основу специализированного путешествия, сформировать спрос на рынке туризма и таким образом занять свою нишу (*археологический*, *ботанический*, *баный*, *винный*, *гольф-туризм*, *наблюдение за птицами или бабочками в естественной среде обитания* и др.)

Нишевым является группа видов туризма с говорящим названием-акронимом SAVE-туризм (*scientific* — *научный*, *alternative* — *альтернативный* (зеленый, мягкий), *volunteer* — *волонтерский*, *expedition* — *экспедиционный*).

Перспективы роста нишевого туризма в будущем, включая дифференциацию специализированных путешествий, связаны с развитием информационного общества, которое «производит» более опытных, избирательных и требовательных туристов. Именно такие туристы формируют образ и профиль туристов будущего. Они будут стремиться к более индивидуализированному опыту и специализированному туризму, исходя из определенного хобби (особого интереса) или условий конкретной дестинации.

## ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ В ТУРИЗМЕ

Будущее туризма напрямую зависит от тенденций развития народонаселения планеты, а именно:

- сокращения населения в западных странах и роста населения в развивающихся странах;
- старения населения и роста числа «старших» граждан (лиц «третьего возраста»);
- роста числа семей с работающими мамами;
- роста числа семей с одним родителем;
- диверсификации моделей занятости (с меньшим акцентом на карьере на всю жизнь) и рабочих схем (включая выходные дни и отпускное время: более короткие ежегодные отпуска, разделенные отпуска, более длинные выходные дни);
- более гибких школьных графиков (включая школьные каникулы и выходные дни);
- более гибких пенсионных схем;
- более широкого вовлечения людей с ограниченными возможностями в активную жизнь общества (лица «четвертого возраста») [5, 8].

Эти и другие тенденции будут активно влиять на выбор направлений и видов туризма в будущем.

Ожидаемые перспективы:

- рост менее жестко пакетированных туров;
- увеличение доли индивидуальных туров в сравнении с групповыми турпакетами;
- увеличение доли краткосрочных туров;
- рост спроса на краткосрочные туры класса «люкс» и экзотический отдых;
- рост сегментов рынка лиц «третьего возраста» и «четвертого возраста»;
- рост путешествий пожилых людей с внуками;
- перенос спроса с авиаперевозок в пользу альтернативных видов транспорта (на короткие расстояния);
- путешествия и отдых с семьей и с целью посещения друзей и родственников;

- озабоченность здоровьем и интерес к медицинским услугам в путешествии (со стороны туристов старшего возраста);

- спрос на отели «домашнего» типа (*home hotels*) с предоставлением предметов первой необходимости (домашней и спортивной одежды, обуви и др.) с целью минимизации перевозимого багажа;

- спрос на образовательные отели (*educational hotels*), отвечающие растущему спросу туристов на обучение и приобретение новых навыков;

- переориентация услуг на семьи с одним родителем;

- изменения спроса и поведения туристов в результате изменений этнического состава населения ряда стран (например, России).

Туристский рынок будет меняться, и в связи с этим эксперты прогнозируют, на какие виды турпродукта будет ориентирован основной спрос. Это пляжный и курортный отдых в экологически чистых и удобно расположенных направлениях; краткосрочный отдых в крупных городах-мегаполисах; туры в тематические парки для всей семьи; краткосрочные круизные туры по умеренным ценам. Также ожидается рост спроса на следующие виды отдыха: для молодых туристов с акцентом на активных видах деятельности; пешие, автобусные, круизные, оздоровительные туры для туристов старшего («третьего») возраста; специализированные, событийные и культурные туры для индивидуальных туристов.

## ПЕРЕХОД ОТ ИНДУСТРИИ УСЛУГ К ИНДУСТРИИ ОПЫТА И ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Доминирующей тенденцией развития мирового туризма является формирование и развитие туристической индустрии как индустрии опыта и впечатлений. Другими словами, происходит эволюция индустрии, производящей туристские услуги, в индустрию, производящую туристский опыт. Современные путешественники находятся в поиске новых пе-

реживаний, эмоций, впечатлений. Туристские услуги имеют ценность, если их цепочка способна обеспечить потребителю получение качественного опыта в туристской дестинации (культурного, социального, эстетического, художественного и т.д.). Ценность туристского опыта в его новизне, уникальности

и эксклюзивности. В основе нового туристского опыта – культурное и природное разнообразие дестинаций, необычность ресурсов, самобытность культуры и культурных традиций, креативность и технологичность инфраструктуры, своеобразие, дружелюбие и гостеприимство жителей и туристских кадров.

#### ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. URL: <http://mkt.unwto.org/en/barometer>
2. *International Tourism: A Global Perspective*. Madrid: UNWTO, 1997.
3. Beeton S. *Community Development through Tourism*. Collingwood: Landlinks Press, 2006.
4. WTTC (World Travel and Tourism Council). *Travel and Tourism Security Action Plan, 2002*. URL: <http://www.wttc.org>
5. Goeldner Ch.R., Ritchie J.R.B. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc., 2006.
6. *Global Report on City Tourism – Cities 2012 Project (AM Reports: Volume six)*. Madrid: UNWTO, 2012.
7. Smith M., MacLeod N., Robertson M.H. *Key Concepts in Tourist Studies*. London: SAGE, 2010.
8. *Tourism in the Age of Alliances, Mergers and Acquisitions*. Madrid: UNWTO, 2002.

Е.В. СЕРЕДИНА

---

**АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КУОРТА  
БЕЛОКУРИХА КАК ТУРИСТСКОГО  
КЛАСТЕРА**

---

*Рассматривается деятельность курорта Белокуриха (Алтайский край) как туристского кластера. Проанализированы взаимосвязи между отдельными элементами кластера. Показано, что в настоящее время взаимосвязи не всегда эффективны, а некоторые носят негативный характер. Это свидетельствует о том, что курорт реально пока не является туристским кластером, но находится в стадии его формирования.*

*Ключевые слова:* туристский кластер, курорт, природные ресурсы, организации (службы), расположенные в городе, санаторно-курортный комплекс.

*The article reviews the activities of the resort Belokurikha (Altai Krai) as a tourism cluster. It analyzes the relationship between the individual elements of the cluster. It is shown that at the present time such relationship is not always effective, and sometimes have negative influence. This indicates that the resort is not yet a tourism cluster, but still being formed.*

*Key words:* tourism cluster, resort, natural resources, organizations (services) located in the city, resort complex.

Белокуриха – крупнейший курорт в азиатской части нашей страны, который начал формироваться еще в 40-е гг. прошлого века. В настоящее время, как показывает анализ литературы, местной прессы и выступлений администрации, курорт вновь находится «в стадии становления». Это связано с поставленной администрацией города целью – создать туристско-рекреационный комплекс международного значения [1] и привлечь значительно больший поток туристов из разных городов страны, в том числе из Москвы, а также из-за рубежа.

Основой курорта являются воды горячих источников, лечение которыми показано при заболеваниях нервной и эндокринной систем, опорно-двигательного аппарата, кожных, гинекологических и других болезней. В 2012 г. Белокуриха приняла 182,9 тыс. туристов. Прирост по сравнению с 2011 г. составил 6,7%. Сред-

негодовая загрузка оказалась на уровне 89,2%, самый высокий период – с июня по сентябрь. В Белокурихе работают 15 санаториев и 14 гостиничных комплексов, способных одновременно принять более 5 тыс. человек [2]. Кроме того, в стадии реализации находится проект «Белокуриха-2», который разместится в 20 км от основного курорта и будет использовать минеральные источники Искровского месторождения. По проекту, он сможет принимать еще 3500 туристов одновременно. Здесь будет создано 12 пансионатов, и уже начато строительство санатория на 250 мест [3].

На склонах гор построены горнолыжные трассы с двумя подъемниками протяженностью 960, 850, 1300, 2500 м и перепадом высот 560 м, а также действует прокат горных лыж, саней. Благодаря ночному освещению возможно катание и в темное время суток. В Белокурихе расположена единственная за Уралом канатно-кресельная дорога протяженностью 2500 м и перепадом высот 550 м.

Белокуриха обладает обширной городской и туристской инфраструктурой. Это многочисленные магазины (более 70), более десяти баров и ресторанов, три ночных клуба, казино, боулинг, залы игровых автоматов, бильярдные залы, пункты проката различного спортивного инвентаря, салоны красоты, солярии, спортивные залы, кинотеатры, летом работают открытые бассейны, зимой – горнолыжные трассы и катки [4].

Таким образом, для туристов созданы разнообразные условия не только для лечения, но и занятий спортом и развлечений, что является важнейшим фактором формирования Белокурихи как крупного и привлекательного курорта.

На 2012 г. в Белокурихе зарегистрировано восемь туристских компаний, из которых одна – туроператор [5]. Туристские компании предлагают путевки на лечение, горнолыжное катание и участие в горных маршрутах. Ими разработаны 30 туристских маршрутов активного отдыха: в окрестностях Белокурихи, Солонешенского, Смоленского, Советского, Алтайского районов, Республики Алтай. Это сплавы по горным рекам, посещение пещер и водопадов, конные маршруты, полеты на параплане и др.

Казалось бы, такой курорт должен быть весьма популярным, известным не только в нашей стране, но и за рубежом. Однако это не так, курорт практически неизвестен туристам европейской части страны и тем более зарубежным гостям. Недостаточное продвижение на широкий туристский рынок обусловлено не только внешними причинами общего характера, в частности дороговизной транспортных перевозок, но и внутренними противоречиями. Для того чтобы это понять, проанализируем более детально современное состояние курорта с точки зрения кластерного анализа, тем более что в местной прессе администрация города и организаторы туристской сферы характеризуют Белокуриху именно как туристский кластер [6].

Кластер, как известно, имеет ряд отличительных признаков [7]. Непременным условием его образования является географическая близость хозяйствующих единиц. Сущность кластера раскрывается через взаимосвязи хозяйствующих единиц: фирм, компаний-производителей, государственных структур и т.д. При кластерном подходе территория рассматривается как комплекс взаимодействующих элементов, которые могут при взаимовыгодных условиях создать мультипликативный эффект, выраженный в добавленной стоимости и резком росте производства [7, 8]. Применительно к Белокурихе элементами туристского кластера являются имеющиеся природные и лечебные ресурсы и различные организации курорта, в том числе санаторный комплекс, службы городской администрации, городской инфраструктуры, туристские компании и др.

Как показал анализ, здесь можно выделить разные группы хозяйствующих единиц, объектов туристского кластера, относящихся к различным сферам деятельности курорта (см. табл. 1). Проанализируем характер взаимодействия между его элементами.

Основу экономики города составляет деятельность санаторно-курортных учреждений, поэтому группа санаторно-курортного комплекса является ядром туристского кластера. Его взаимосвязи с другими группами являются основополагающими в туристском кластере.

■ *Взаимосвязь между природными ресурсами и лечебно-оздоровительными предприятиями.* Связь между этими элементами – основополагающая, создающая условия для развития курорта. Рациональное использование минеральных ресурсов – фактор существования дальнейшего развития курорта. В городе есть санитарно-эпидемиологическая служба, ведется экологический контроль за состоянием минеральных источников. Кроме того, действуют три химических лаборатории: при водоканале, теплоцен-

трали и гидрослужбе в ЗАО «Курорт Белокуриха», которые осуществляют мониторинг качества вод и воздушной среды курорта. Судя по данным мониторинга [9, 10], в настоящее время существует баланс между объемами потребления минеральных ресурсов и санаторной базой курорта, рекреационная нагрузка на природный ресурс находится в допустимых пределах. Для дополнительного привле-

чения туристов проектируется использование новых источников Искровского месторождения, что свидетельствует о понимании ситуации со стороны специалистов-экологов, санитарных врачей и др. в сохранении баланса. Поэтому связи между санаторно-курортным комплексом и природными ресурсами можно рассматривать как наиболее эффективные.

Таблица 1

### Группы объектов туристского кластера «Белокуриха»

Группы хозяйствующих единиц	Объекты
Санаторно-курортный комплекс	Природные ресурсы – источники лечебных минеральных вод. Санаторно-оздоровительные предприятия (ЗАО «Курорт Белокуриха», включающий в себя санатории «Катунь», «Сибирь», «Белокуриха», «Родник Запсиба», «Россия», пансионаты «Транссиб», «Алтай-West» и др.)
Туристская инфраструктура	Туристские гостиницы, турбазы, пансионаты; объекты туристской инфраструктуры (горнолыжные подъемники, бассейны)
Городская инфраструктура	Магазины, банки, интернет-кафе, объекты развлечений, музеи, почта и др.
Туристские компании	Восемь туристских компаний, в том числе компания «Сибирь–Алтай»
Административные службы города	Городской комитет по туризму, городской комитет по землеустройству, налоговые службы и др.
Жители города	Местные жители, работающие в сфере обслуживания курорта
Туристы и рекреанты	Приезжающие на лечение, на горнолыжное катание, участвующие в туристских маршрутах по Алтаю

■ *Взаимосвязь между санаториями и объектами туристской инфраструктуры.* Она также эффективна и взаимовыгодна. В гостиницах и турбазах останавливаются гости курорта, приезжающие кататься на горных лыжах, отдохнуть в горах, участвовать в туристских горных походах. Гостиницы заинтересованы предложить более широкий спектр услуг своим гостям, включив в него и лечебно-оздоровительные услуги, а врачи санаториев имеют дополнительный приток пациентов, в особенности в зимнее время, когда уменьшается поток туристов, прибывающих на лечение.

■ *Взаимосвязь между санаториями и туристскими компаниями.* В этом тандеме связь прямая и взаимовыгодная, но можно сказать, что деятельность туристских компаний в продвижении Белокурихи на рынок не достаточно эффективна, поскольку курорт остается малоизвестным во многих городах европейской части страны.

■ *Взаимосвязь между санаториями и объектами городской инфраструктуры.* Взаимосвязь городских организаций и санаториев не всегда можно оценить положительно, так как многие службы города не учитывают, что они расположены на ку-

порте, не учитывают контингент посетителей города. Например, музеи в 17:00 закрываются, а последняя экскурсия проходит в 15:00. Магазины в 18:00 уже закрыты. В летнее время, когда особенно высок наплыв посетителей, целесообразно продлевать их работу, поскольку именно вторая половина дня туристов свободна от лечебных процедур и прогулки по городу становятся наиболее массовыми.

■ *Взаимосвязь между туристами и жителями курорта.* Местные жители понимают, что доходы в казну города в основном поступают от туристов. Более 5 тыс. человек заняты в санаторно-курортном комплексе, в кафе и ресторанах, на объектах развлечений, которых в городе более 50. Главная проблема возникает при использовании автотранспорта. Увеличение привлекательности города сказывается на росте объемов пассажиро- и грузоперевозок. Сейчас в Белокурихе зарегистрировано 5920 транспортных единиц при населении 14 700 человек, т.е. каждый житель Белокурихи трудоспособного возраста имеет более одной машины. Это сказывается на состоянии воздушной среды курорта. Ситуация усугубляется еще и тем, что многие туристы приезжают на курорт на собственном транспорте – в результате резко ухудшается состояние воздушной среды города. Хуже всего складывается обстановка зимой, когда подавляющее большинство гостей Белокурихи стремятся подъехать к горнолыжным трассам как можно ближе. Возникают стихийные стоянки, вызывающие заторы и перекрытие пешеходных путей [6].

Сейчас службы города вводят ограничения на нахождение автотранспорта в курортной зоне [11], так как чрезмерное число машин в непосредственной близости от источников угрожает их экологическому состоянию. Эту ситуацию необходимо менять, но не путем ограничения приезжих, а через создание сети автостоянок за пределами санаторной зоны охраны.

■ *Взаимосвязь между санаторным комплексом и туристами.* Эта связь исключительно важна, поскольку удовлетворенность потребителей в получении качественного лечения, сервиса является залогом того, что и в дальнейшем люди будут приезжать в Белокуриху. Однако здесь есть проблемы, которые не позволяют оценить связи положительно.

Но сначала необходимо отметить, что туристы прибывают в Белокуриху с разными целями. Одни приезжают, чтобы подлечиться, другие – чтобы показаться или отдохнуть в гостиницах, третьи участвуют в туристских маршрутах и посещают курорт транзитом. Свое пребывание на курорте туристы оценивают по-разному. Туристы, приезжающие на лечение, часто не удовлетворены качеством предлагаемых услуг. Особенно это касается тех, кто приезжает издалека и оплачивает путевки собственными средствами.

В советское время люди приезжали в санаторий на месяц и более, больным назначали 20 или 24 ванны – в зависимости от заболевания. Такие курсы лечения давали стойкий продолжительный эффект, который сохранялся несколько лет. Сейчас врач назначает пациенту на курс не более 10–14 минеральных ванн [12], тест-входные ванны отменены. Кроме того, не развивается система терренкуров (лечебных троп). В итоге эффект от лечения не всегда положительный. Санатории вынуждены его компенсировать оздоровительными непрофильными процедурами с использованием аппаратной физиотерапии, биодобавок и др. Это связано и с нормативами санаторных услуг, и с тем, что даже на лечение туристы приезжают в основном на короткий срок – как правило, на 10 дней или две недели. Исключение составляют лишь пациенты, которые прибывают на лечение по социальному пакету и могут продлить его до месяца. Из-за дороговизны транспортных перевозок и высоких цен на путевки здравницы все боль-

ше предлагают двухнедельные программы пребывания. Так или иначе, эффективность современного лечения в санаториях падает. Это важнейшая проблема, которая свойственна всему санаторному лечению по стране в целом и Белокурихе в частности.

Туристы, которые приезжают кататься на лыжах или путешествовать, пользуются услугами санаториев дополнительно, ходят на массажи, оздоровительные процедуры. Их удовлетворенность в санаторных услугах высокая.

Исследования специалистов Барнаульского университета показали, что средняя продолжительность отдыха в Алтайском районе за три последних года составила в среднем двое суток (в основном это заезды местных жителей с пятницы по воскресенье) [13]. По данным отчетов местной администрации, сейчас основные посетители Белокурихи – жители ближайших городов Новосибирской и Кемеровской областей, а также Красноярского и Алтайского краев. Этот процесс невозможно оценить положительно, так как изменение состава отдыхающих обесценивает сущность лечебного курорта, его лечебные функции.

■ *Взаимосвязь между санаториями и службами городской администрации.* Взаимоотношения с этими организациями, возможно, самые сложные и подчас не только не взаимовыгодные, но и подрывающие само существование курорта.

Острая проблема заключается в том, что мэрию обязывают увеличить зарплаты служащим города, в том числе и работникам санаторной сферы – врачам и обслуживающему персоналу. Но городской бюджет пополняется только за счет сбора налогов, более четверти которых составляет земельный налог. В 2009 г. указом мэра была увеличена ставка земельного налога с 0,7 до 1,5%. Соответственно увеличилось налоговое бремя на санаторный комплекс. В 2012 г. в структуре городского бюджета 28% составил налог с физических лиц,

27% – дотации из федерального бюджета, 21% – налог на имущество и 20% – земельный налог, львиную долю которого платят санатории, поскольку они обладают значительной площадью [14].

Санатории способны выплачивать такие налоги только в случае увеличения цены за путевку. Сейчас стоимость путевки на две недели в среднем достигает 50 000 руб. Желающих платить такие цены становится все меньше, и, естественно, поток туристов в здравницы начал падать. Поток в Белокуриху на лечение сокращается. Так, заполняемость санатория «Алтай-West» в 2012 г. снизилась на 14%, санаториев «Сибирь», «Белокуриха» и «Катунь» – на 23,4% [3]. Многие предприятия-партнеры, ранее финансировавшие лечение своих сотрудников, сократили обслуживание социальных программ. Кроме того, следует отметить, что санатории находятся на самоокупаемости, поэтому должны благоустраивать свою территорию самостоятельно, но на это у них не хватает средств – вся выручка от продаж путевок идет на покрытие налогов, выплату зарплаты персоналу и др. (рис. 1). Чистая прибыль крайне мала, она не дает возможность развивать санаторный комплекс.

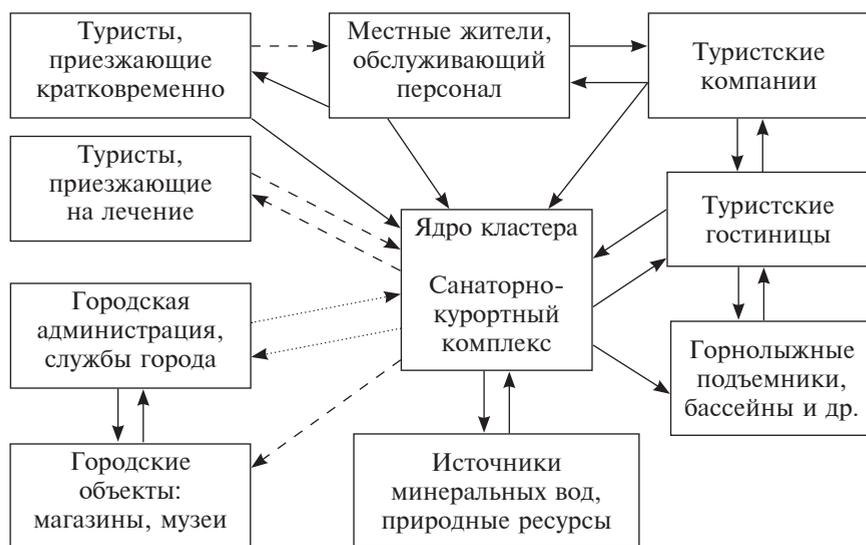
Таким образом, не все связи в туристском кластере эффективны, а это значит, что синергетического эффекта, выраженного в возникновении добавленной суммарной прибыли, ожидать не приходится.

На рис. 2 показано, что связи в туристском кластере между санаторным комплексом и городской администрацией, а также между туристами, прибывающими на лечение, не эффективны, что обуславливает неэффективность деятельности туристского кластера в целом.

Сущность кластера заключается в получении добавленной стоимости в цепочке хозяйствующих единиц на основе конкуренции и кооперации одновременно [7]. В данном случае добавленная стоимость возникает только в цепочке: туристские компании – туристские го-



**Рис. 1.** Соотношение выручки от продаж путевок и прибыли некоторых санаториев в 2010 г. (по данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю [Электронный ресурс]. URL: <http://ak.gks.ru/default.aspx>)



**Рис. 2.** Связи между элементами туристского кластера Белокуриха: —> эффективные; - - -> слабо эффективные; .....> неэффективные

стиницы – туристы, приезжающие не с целью лечения. Санаторно-курортный комплекс оказывается в невыигрышном положении, его зависимость от административного ресурса в конечном счете приводит к падению спроса на лечение.

Фактически деятельность Белокурихи как туристского кластера в настоящий момент не эффективна, поскольку не эффективны важнейшие взаимосвязи между его отдельными объектами – между санаторным комплексом, службами администрации города и туристами. Белокуриха как

лечебный курорт теряет свое значение. Индикатором этому служит трансформация туристского потока – замещение туристов, приезжающих на лечение, жителями соседних городов, прибывающими на кратковременный отдых. Тенденция к краткосрочному отдыху связана прежде всего с невозможностью оплатить высокую стоимость лечения.

Некоторые организаторы не видят в этом опасности, полагая, что на «одной радоновой воде не выжить» [15]. По их мнению, медицинский туризм на курорте должен оставаться платным и при этом должны быть расширены услуги отдыха, спорта и развлечений, только тогда инфраструктура курорта станет дееспособной. Врачи-курортологи, в том числе академик В. Казначеев, наоборот, опасаются, что курорт превратится в один из «обычных островков модного туриз-

ма» [15]. Представляется, что лечебную суть курорта необходимо не только сохранить, но и способствовать ее успешному развитию.

Таким образом, в современном состоянии курорта происходит явный разрыв между желанием организаторов туризма создать курорт международного значения и реальной трансформацией курорта в зону отдыха для жителей соседних городов. Переломить эту ситуацию можно лишь при кардинальном изменении в отношении к санаторному лечению со стороны высших органов власти.

В заключение можно отметить, что использование кластерного подхода к изучению особенностей состояния курорта в конкретном регионе позволяет выявить характер взаимодействия всех субъектов туристской сферы и причины, сдерживающие его эффективное развитие.

#### ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Информационный сайт Алтайского края [Электронный ресурс]. URL: <http://gotoaltay.ru>; <http://docs.cntd.ru/document/453123097>
2. Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии. № 3342. URL: [http://www.ratanews.ru/news/news\\_30072013\\_3.stm](http://www.ratanews.ru/news/news_30072013_3.stm)
3. Количество посетителей санаториев Белокурихи сократилось. URL: <http://www.asfera.info/news/one-30853.html>
4. Об утверждении стратегии социально-экономического развития Алтайского края до 2025 года. URL: <http://docs.cntd.ru/document/453123097>
5. Санаторно-курортный комплекс Алтайского края. Материалы сотрудников отдела развития туризма гл. управления экономики и инвестиций Алтайского края // Курортные ведомости. Науч.-информ. журнал. 2008. № 5.
6. Курорт Белокуриха. Ежедневная городская массовая газета. № 46 (342) от 21 ноября 2013 г. URL: [http://www.belokurikhasmi.ru/publ/tema/kurort\\_vchera\\_segodnja\\_zavtra/17-1-0-855](http://www.belokurikhasmi.ru/publ/tema/kurort_vchera_segodnja_zavtra/17-1-0-855)
7. Александрова А.Ю. Сущность и особенности туристских кластеров // Рекреационное природопользование, туризм и устойчивое развитие регионов. Барнаул, 2007.
8. Александрова А.Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования // Экономические проблемы развития сервиса и туризма. 2007. № 2. С. 52.
9. Генплан развития г. Белокуриха. URL: <http://belokuriha-online.ru/texts/genplan.do>
10. Гусев А.И. Геоэкологические проблемы и перспективы развития рекреационной зоны Белокурихи на Алтае // Успехи современного естествознания. 2013. № 11. С. 98–102. URL: [http://www.rae.ru/use/?section=content&op=show\\_article&article\\_id=10002308](http://www.rae.ru/use/?section=content&op=show_article&article_id=10002308)
11. «Белокуриха». Ежедневная газета. № 47 (343) от 28 ноября 2013 г. URL: [http://www.belokuriha-gorod.ru/files/\\_2.do](http://www.belokuriha-gorod.ru/files/_2.do)
12. Комплексная программа социально-экономического развития муниципального образования город Белокуриха на 2008–2017 гг.
13. Электронные публикации АлмГТУ. URL: <http://edu.secna.ru/media/ff/st.pdf>
14. Бондарев Е. Налоговый деп в Белокурихе. URL: [http://belokuriha-online.ru/publ/nalogovyy\\_djor\\_v\\_belokurikhe/14-1-0-276](http://belokuriha-online.ru/publ/nalogovyy_djor_v_belokurikhe/14-1-0-276)
15. Эксперт Сибирь. 4 июня 2012 г. № 22 (334). URL: <http://expert.ru/siberia/2012/22/dolina-polnaya-lyudej/>

УДК 338.486 : 378.1

Э.Н. ПАВЛОВА, О.Г. ПАВЛОВ

---

## ВЗАИМОСВЯЗЬ РЕГИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ С РАЗВИТИЕМ СЕЛЬСКИХ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

---

*Карелия обладает культурным наследием четырех коренных народов, исторически проживающих в этом регионе: карелов, финнов, вепсов, русских, создавших за десять веков совместного проживания уникальную и самобытную культуру. Сохранились старинные карельские, вепские, поморские поселения с самобытной архитектурой, построенные несколько веков назад и представляющие огромный интерес для любителей сельского и этнографического туризма. Для развития сельского туризма остро ощущается недостаток профессиональных кадров. Именно поэтому процесс реформирования и совершенствования профессионального образования в сельском туризме приобрел решающее значение на современном этапе.*

*Ключевые слова: профессиональное образование, сельский туризм, реформирование и совершенствование профессионального туристского образования.*

*Karelia has a cultural heritage of four indigenous peoples historically living in this region. They are: Karelians, Finns, Vepsians, Russian. They created unique and original culture. For lovers of rural tourism there are preserved ancient Karelian, Vepsian and Pomeranian settlements with distinctive architecture. But for the development of rural tourism the region doesn't have a professional staff. That is why the process of reforming and improving vocational education in rural tourism has become crucial at this stage.*

*Key words: vocational education, rural tourism, the reform and improvement of vocational tourism education.*

Культурное своеобразие Карелии, отличающее ее от других территорий России, определяется культурным наследием четырех коренных народов, исторически проживающих в этом регионе: карелов, финнов, вепсов, русских, создавших за десять веков совместного проживания уникальную и самобытную культуру. Карелия – родина карело-финского эпоса «Калевала» – литературного памятника мирового значения, родина рунопевцев и былинных сказителей. Сохранились старинные карельские, вепские, поморские поселения с самобытной архитектурой, построенные несколько веков назад и представляющие огромный интерес для любителей сельского и этнографическо-

го туризма. Петроглифам – наскальным изображениям, выбитым рукой древнего человека, сохранившимся до наших дней на территории Карелии, уже более 5 тыс. лет. Это знаковые символы, представляющие собой один из первых образцов древней письменности и культуры человека.

Карелия обладает уникальными ландшафтно-природными ресурсами для развития рекреационного, сельского и экологического туризма. При общей площади республики 180,5 тыс. км (без акватории Онежского озера) более 50% ее территории занимают леса (Карелию называют «легкими» Европы), около 26% – вода с огромным количеством озер (63 тыс.) и рек (27 тыс.). На ее территории находятся два крупнейших в Европе озера – Ладожское и Онежское, а также

Беломорско-Балтийский канал (длина 228 км), связывающий бассейны Балтийского и Белого морей. Озера содержат около 2000 км<sup>3</sup> чистой пресной воды высокого качества и могут стать резервом питьевой воды для всей Европы.

Почти миллион гектаров земли, или 5,3% общей площади республики, составляют особо охраняемые природные территории: национальные парки «Паанаярви» и «Водлозерский», уже получившие мировую известность, заповедники «Кивач» и «Костомукшский», 46 заказников, 108 памятников природы. В них немало выдающихся по красоте природных ландшафтов.

Леса, озера и реки Карелии дают превосходную возможность для организации специальных видов туризма любителям охоты, рыбалки, сафари, сплавов по рекам.

Изучение историко-культурных, архитектурных, природных комплексов и объектов туристского показа позволило описать основные составляющие туристского потенциала республики, которые необходимы для формирования и эффективного продвижения на туристском рынке конкурентоспособного продукта сельского туризма.

В настоящее время рынок туристских услуг характеризуется все более жесткой конкуренцией, в которой профессиональное образование, квалификация, знание экономических законов, менеджмента и маркетинга специалистами туристской отрасли приобретают решающее значение. Остро ощущается недостаток таких кадров, что во многом обусловлено отсутствием системной подготовки кадров для сферы сельского туризма. Именно поэтому процесс реформирования и совершенствования профессионального образования в сельском туризме имеет большое значение на современном этапе.

Решая эту общероссийскую задачу, некоторые учебные заведения начали подготовку специалистов для сельского туризма в качестве дополнительного об-

разования. Однако сегодня отсутствуют разработанные компетенции, которые бы позволили создать систему подготовки кадров для сельского туризма в рамках программ вуза.

Необходимо изучение требований к подготовке кадров для развития сельских туристских дестинаций, организации и содержания образовательного процесса в подготовке квалифицированных специалистов. Это позволит исследовать теоретические основы профессионального туристского образования и педагогики туризма как науки о законах образования и воспитания средствами туризма и в целях развития туристской деятельности в сельских туристских дестинациях. Для этого требуется рассмотрение дидактических функций педагогики туризма, ее системы и базовой модели, содержания стандарта профессионального туристского образования, модели иерархии туристской деятельности в сельских туристских дестинациях и особенностей профессионального туристского образования с включением элементов подготовки для сельского туризма, структуры профессионального туристского образования для сельского туризма.

Изучен международный опыт развития сельского туризма в российской части Баренцева Евро-Арктического региона, опыт сотрудничества России и Европейского союза, результатом которого явился целый ряд совместных международных проектов в области сельского туризма. Проанализировано состояние туристской отрасли в сельских туристских дестинациях в российской части Баренцева Евро-Арктического региона (Архангельская, Мурманская области, Республика Карелия), определены приоритетные направления развития сельского туризма в этом регионе.

В результате изучения теоретических предпосылок исследования сделаны следующие основные выводы:

1. Туристский потенциал Карелии исключительно высок, сельский туризм

может успешно развиваться в любом из районов республики.

2. Изучение природной и исторической специфики каждого района явилось основой для разработки программ развития сельского туризма на самоуправляемых территориях в Республике Карелия.

3. Изучены теоретические основы профессионального туристского образования с целью формирования системы непрерывного профессионального туристского образования для подготовки кадров для сельского туризма в Республике Карелия.

4. Изучен туристский потенциал и международный опыт развития сельского туризма в российской части Баренцева Евро-Арктического региона с целью разработки Программы развития приграничного туризма в российской части Баренцева Евро-Арктического региона.

5. Туризм, в том числе и сельский, является одним из ключевых элементов трансграничного сотрудничества между Россией и Европейским союзом, между странами Скандинавии и Мурманской, Архангельской областями, Республикой Карелия.

В концепции туризм впервые был отнесен к числу приоритетных отраслей хозяйственного комплекса республики и признан в качестве реального социально-экономического ресурса в развитии республики. Концепцией определены цели, задачи развития туризма, механизмы их реализации.

Согласно концепции целью развития туризма в Карелии является формирование благоприятного имиджа республики на международном рынке, создание развитого туристско-рекреационного комплекса, увеличение инвестиционной привлекательности, усиление роли туризма в социально-экономическом развитии республики. Механизмами реализации являются: экспертиза проектов и направлений развития туризма; активизация маркетинга карельского туризма; организация программы обучения пред-

принимателей, работающих в области туризма, и ключевого персонала; обмен информацией и статистическими данными; совершенствование материально-технической базы; создание стимулов для развития туристского бизнеса; разработка республиканской целевой программы развития туризма и ее выполнение; совершенствование нормативно-правовой базы туризма; совершенствование системы сертификации и лицензирования туристской деятельности; учет интересов развития туризма при рассмотрении крупных проектов и программ, связанных с кредитно-преобразовательной деятельностью; создание сети туристских объектов и национальных парков.

Политика государства, основанная на включении профессионального образования в систему базовых приоритетов социально-экономического развития, должна быть ориентирована на решение следующих ключевых задач:

1. Создание условий для развития реального сектора экономики как основного институционального субъекта рынка труда, формирующего профессионально-квалификационную структуру спроса на рабочую силу. Устойчиво работающее производство само превратится в мощнейший регулятор системы профессиональной подготовки кадров, выступая одновременно и заказчиком, и контролером качества образовательного продукта.

2. Формирование нормативно-правовой базы для нового типа взаимодействия образовательных учреждений с индустрией, способствующей удовлетворению основных интересов обеих сторон на взаимовыгодной основе.

3. Усиление «прозрачности» информационных потоков о ситуации на рынке труда и образовательных услуг, широкое информирование населения о профессиональной и квалификационной структуре спроса, прогнозе основных макроэкономических показателей рынка труда, проблемах трудоустройства выпускников, рейтинге образовательных учреждений и т.д.

4. Оптимизация государственной налоговой политики, нацеливающей предприятия на проведение активных программ по переподготовке и повышению квалификации своих кадров. Принятие положений об исключении из налогооблагаемой базы всех видов издержек, связанных с обучением персонала.

5. Усиление регламентирующих и контрольных функций государственных органов в сфере регулирования рынка образовательно-квалификационных услуг. Создание единых для всей страны стандартов образования, приведение их в соответствие с международными стандартами.

6. Создание условий для формирования реальной конкурентной среды для всех без исключения образовательных учреждений независимо от их формы собственности и административной подчиненности. Прозрачность в распределении и использовании бюджетных средств, оптимизация межбюджетных отношений.

Основными этапами разработки региональных стратегических программ развития профессионального образования являются следующие: определение основных направлений социально-экономического развития; оценка образовательного потенциала и инвентаризация существующих образовательных ре-

сурсов; анализ особенностей и оценка устойчивости развития ключевых отраслей экономики региона; выделение конкретных хозяйствующих субъектов для установления стратегического партнерства с системой профессионального образования, отдельными образовательными учреждениями; оценка емкости рынка труда по ключевым группам профессий, анализ квалификационных требований по этим профессиям; принятие решения о подготовке специалистов определенных квалификаций / специальностей; организация образовательного процесса в конкретном учебном заведении в соответствии с образовательными и профессиональными стандартами.

Муниципальные органы управления образованием и экономикой могли бы помочь в вопросе кадрового обеспечения профессиональных учебных заведений, организовав эту работу на таких этапах, как создание перечня профессий, требующихся на местном рынке труда; корректировка содержания образовательных программ путем совместного рецензирования их с участием работодателей; формирование муниципальной системы подготовки и повышения квалификации преподавателей для более качественной подготовки специалистов.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Зорин А. *Дестинация*. М.: РМАТ, 2009.
2. Моисеева Н.К., Столярова О.В. *Проблемы подготовки маркетологов в сфере туризма // Туризм: от науки – к практике*. М.: РАЕН, 2006. Т. 1.
3. Морозов А.В., Чернилевский Д.В. *Креативная педагогика и психология: учеб. пособие*. М.: Академический проект, 2004.
4. Чудновский А.Д., Жукова М.А. *Менеджмент туризма*. М.: Финансы и статистика, 2002.
5. Яковенко Г.В. *Технологии подготовки специалистов туристского и курортного бизнеса*. Сочи, 1997.
6. Johns N., & Gyimothy S. *Market segmentation and the prediction of tourist behavior: The case of Bornholm, Denmark // Journal of Travel Research*. 2002. № 40 (3).

УДК 37.014.24 : 378.141.4

МАРИСА ЧИВАРДИ, ПАОЛА ТОРНАГИ

---

**ДОЛГОСРОЧНОЕ СОГЛАШЕНИЕ  
И УЧЕБНЫЙ ПЛАН ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ  
ДВОЙНОГО ДИПЛОМА UNIMIB-RMAT:  
ОЦЕНКА ОПЫТА И ПЕРСПЕКТИВЫ  
НА БУДУЩЕЕ**

---

Между Миланским университетом Бикокка (UNIMIB) и Российской международной академией туризма (PMAT) на данный момент существуют два соглашения.

Первое из них — долгосрочное соглашение, заключенное в 2007 г. В нем предусматриваются обмен преподавателями, научными работниками и студентами, а также создание совместных учебных и исследовательских программ. Для достижения этой цели каждое учебное заведение назначило своего собственному научного руководителя.

Второе соглашение — создание двойного диплома между факультетом экономики Миланского университета Бикокка (степень магистра в области экономики туризма) и факультетом менеджмента и экономики в туризме PMAT. Данное соглашение, заключенное в апреле 2009 г., действительно 5 лет. Его цель — способствовать сотрудничеству двух учебных заведений в отношении совместного учебного процесса, результатом которого является двойной диплом.

В 2010/11 учебном году началось такое сотрудничество. В каждом учебном году до пяти студентов из каждой страны могут принимать участие в проекте. В частности, в UNIMIB это касается студентов, которые зачислены на второй курс магистратуры в области экономики туризма и хотят получить еще степень ма-

гистра в области менеджмента в PMAT. В PMAT проект касается студентов, зачисленных в магистратуру в области менеджмента и желающих также получить степень магистра в области экономики туризма в UNIMIB. Участники выбираются независимо каждым учебным заведением по своим собственным критериям.

Таким образом, на основании второго соглашения, студенты второго курса магистратуры в области экономики туризма UNIMIB могут поступить на второй курс магистратуры в области менеджмента PMAT с перезачетом зачетных баллов (по Европейской системе перезачета зачетных баллов (ECTS)), которые они уже получили, и могут посещать курс и писать дипломную работу под совместным контролем итальянского и российского руководителей. По завершении учебы в университете итальянские студенты получают степень магистра в UNIMIB и PMAT.

Студенты PMAT, зачисленные в магистратуру в области менеджмента, могут после получения степени бакалавра в области менеджмента или туризма в PMAT поступить на второй курс магистратуры в области экономики туризма Миланского университета Бикокка при условии, что признаны зачетные баллы студента по Европейской системе перезачета зачетных баллов — ECTS, его учебная программа, подготовленность и соответствие требованиям. По завершении обучения российские студенты получают

степень магистра UNIMIB и РМАТ, что означает двойной диплом.

Действительно, второе соглашение предполагает, что студенты UNIMIB проведут один год в России, обучаясь на втором курсе магистратуры в области менеджмента (при условии перезачета соответствующих зачетных баллов по ECTS), посещая занятия и сдавая экзамены, указанные в своих личных программах обучения.

Студенты «по обмену» в иностранном учебном заведении должны получать кредитные баллы по курсам, указанным в их программе обучения. Они также должны написать дипломную работу, предпочтительно на английском языке, под контролем двух руководителей, по одному из каждого учебного заведения. Каждый руководитель направляет свои поправки и замечания студентам и другому руководителю.

Дипломная работа может быть официально представлена только после ее принятия обоими руководителями и получения зачетов, предусмотренных учебной программой студента. При завершении обучения студентам выдается двойной диплом UNIMIB-РМАТ, который дает им право на обучение в аспирантуре в ЕЭС и России.

Процесс создания проекта, предусмотренного во втором соглашении, привел к различным положительным событиям, включая семинары, симпозиумы и научно-методологические конгрессы, а также конференции по дидактике и коммуникациям. Более того, также были созданы совместные программы для исследования и обучения. Благодаря таким событиям удалось создать совместную зону обучения и пределы распространения, присущие первоначальной концепции двойного диплома.

Были достигнуты положительные результаты для:

- долгосрочного перевода из обеих учебных заведений студентов, которые могут провести один год за границей в

Италии или России для получения такого двойного диплома;

- долгосрочного перевода преподавателей и научных работников;

- сотрудничества учебных заведений, а также обмена информацией и документацией об исследованиях и организации междисциплинарного конгресса (необходимо упомянуть о возможности студентов работать в частных или государственных компаниях);

- возможного перевода студентов UNIMIB на 12–15 дней в летние школы по обучению английскому языку для получения четырех или двух зачетов для дальнейшего обучения в конкретных областях туризма и трех или двух зачетов по языку, позволяющих работать.

В 2010 и 2011 гг. данный проект получения двойного диплома UNIMIB-РМАТ был представлен лицам, ответственным за политику международного межвузовского сотрудничества, созданную Министерством образования, университетов и исследований Италии. И в 2010 и 2011 гг. он был включен в число проектов, которые подлежали софинансированию. При помощи такого финансирования все поставленные цели были достигнуты в первом и втором годах проведения проекта двойного диплома, т.е. в 2012 и 2013 гг. Возможным также стало обеспечение соответствующей финансовой поддержки студентов-участников проекта. Студенты UNIMIB и РМАТ получили гранты, покрывающие практически все их расходы на проезд и проживание.

Таким образом, введение в действие соглашения о двойном дипломе привело к успешным результатам для студентов UNIMIB и РМАТ.

Перспективы развития программы в будущем будут зависеть от характеристик и вакансий, предлагаемых самой программой, чтобы образовательный курс мог постоянно улучшаться с целью выполнения конкретных требований рынка труда, хотя ожидается, что ресурсов будет недостаточно.

А.И. СЕСЁЛКИН

**ОБ ОПРЕДЕЛЕНИИ ТУРИСТИКИ  
КАК КОМПЛЕКСНОЙ НАУКИ О ТУРИЗМЕ**

*Рассматриваются концептуальные подходы и научные взгляды современных научных школ туризма на его место в системе научных знаний. Анализируются тенденции диверсификации отраслей научных исследований в сфере туризма. Предлагается обобщенное определение туристики как комплексной науки о туризме.*

*Ключевые слова:* наука о туризме, туристика, туризмология, диверсификация, мультидисциплинарность, объект науки, предмет исследования.

*Conceptual approaches and scientific views of modern science schools of tourism on its place in the system of scientific knowledge are considered. Diversification tendencies of the scientific researches branches in the tourism sphere are analyzed. The generalized definition of tourism studies as complex science about tourism is offered.*

*Keywords:* tourism science, tourism studies, tourismology, diversification, a multidisciplinary, object of science, subject of research.

В 2001 г., в предисловии к монографии «Туристика» [1], Д. Джафари отметил, что изучение туризма представляет область интересов многих наук и дисциплин: истории, политологии, социологии, философии, географии, экологии, психологии, антропологии, экономики, маркетинга, и подчеркнул важность становления и развития науки о туризме. По мнению ученых — основателей отечественной научной школы туристики В.А. Квартальнова и И.В. Зорина, эта наука синтезирует данные различных научных дисциплин, изучающих туризм, и формирует целостную концепцию туризма. В своей монографии авторы анализируют концепции развития комплексной науки о туризме на различных исторических этапах развития туризма в России: просветительском, предпринимательском, идеологическом, экономическом и социокультурном.

Авторами предложена гносеологическая модель науки о туризме и его элементами и отношениями между ними. К элементам относятся: турист (субъект);

индустрия туризма (объект) и туристский продукт (предмет туристики). Отношения включают в себя рекреационные потребности, рекреационную деятельность, туристские услуги, технологии производства услуг, туроперейтинг (туроператорскую и турагентскую деятельность) и анимацию. К ключевым понятиям науки о туризме авторы относят: туризм, турист, экскурсант, туроператор, туристский пакет, туристская индустрия (индустрия туризма), туристский оборот, туристские потребности, мотив (мотивация), туристские услуги, туристский продукт, туристский рынок, туристский спрос. Впервые предложены количественная типология понятий и параметризация научных школ туризма. В рамках аксиологического (ценностного) подхода классифицированы функции туризма. Рассмотрены аксиологическая функция туризма, а также его антропологические, экологические и экономические аспекты. На основе рекреационного подхода анализируются рекреационные концепции, географические и исторические аспекты, а также взаимосвязи рекреологии и туризма. Социальный

подход используется при анализе вопросов политологии, психологии и социологии туризма.

Авторы констатируют, что, во-первых, «не существует всеобъемлющей теории туризма, так как туризм, как и любая другая область человеческих стремлений, является областью изучения, к которой могут быть применены различные теоретические подходы. Во-вторых, ни одно социологическое воззрение в отдельности не может претендовать на монополию в понимании туризма, хотя отдельные из них могут рассматриваться как составляющие элементы мозаичной картины, которые в сумме могут создать базис для плюралистической социологической интерпретации туристской действительности» [1, с. 286]. Для формирования детального понимания туризма как научной дисциплины необходимо вовлечение все большего количества смежных наук.

В научных трудах А.М. Новикова также отмечается, что туристика, по существу, представляет собой целый комплекс наук [2, с. 9–14], причем за последние десятилетия фронт научных исследований в области туризма значительно расширился в связи с бурным развитием самой отрасли туризма. Все научные исследования в сфере туризма А.М. Новиков разделяет на следующие группы:

1) *исследования по основаниям науки о туризме* – туристское науковедение, теоретическая туристика, методология туристики и туризма, логика туристики, история туризма, сравнительная туристика, организация и управление в туризме;

2) *исследования по видам туризма* – социальный туризм, корпоративный туризм, экспедиционный туризм, водный и подводный туризм, дачный туризм и т.д.;

3) *отраслевые исследования по проблемам туризма* – педагогика туризма (включая два направления: педагогический потенциал туризма и проблемы профессионального туристского образования), здравоохранение (медицина туризма), экономика туризма, социология туризма, куль-

турология туризма, «туристское средоведение» или «туристское инструментоведение» (специфическая архитектура туристских организаций, гостиниц, ресторанов, кемпингов, пляжей и других рекреационных зон, ландшафтное обустройство туристских зон, проблемы информатизации туризма и создания телекоммуникационных туристских технологий и т.д.);

4) *исследования по основанию форм общественного сознания* – обыденное сознание, язык, мораль, право, политическая идеология, философия, религия, искусство, наука.

Говоря о месте туристики в общем здании современной науки, А.М. Новиков считает, что ее следует отнести к области практических наук наряду с медициной, педагогикой и др., и делает вывод, что «предметная область всего комплекса наук о туризме достаточно широка. И эта широкая предметная область<sup>1</sup> требует четкого своего обозначения, названия. Ее можно назвать общим объединяющим понятием – “туристика”.

Существует точка зрения (И.В. Зорин, А.И. Зорин), «что тексты, сформированные в рамках туристики, организуются двумя дополняющими друг друга ортогональными константами: туризмом и путешествием. Именно эти константы организуют специфические поля социокультурного освоения времени – пространства под воздействием туризма. При этом туризм большее влияние оказывает по экономическому вектору этого освоения, а путешествия – по духовному. Если суммировать мнения исследователей, то можно сказать, что туризм – современный этап в развитии путешествий» [2, с. 14].

Анализируя феномен путешествия, И.В. Зорин выделяет следующие концептуальные подходы и взгляды на предмет исследования: *географический, гносе-*

<sup>1</sup> Предметная область – множество всех предметов, свойства которых и отношения между которыми рассматриваются в научной теории (см.: [3]).

ологический, деятельностный, аксиологический, подчеркивая, что учение о феномене путешествия следует называть *феноменологией путешествия*, и делает следующие выводы [2, с. 20]:

«1. Туристика как феноменологическая наука изучает феномен путешествия.

2. Феномен путешествия проявляется в том, что в разные периоды времени путешествия были способны оказывать решающее воздействие на строго определенные процессы в развитии цивилизации и на ее сегменты.

3. В научно-предметном плане туристика исповедует принцип трансцендентально-феноменологической редукции, который позволяет перейти от обыденной и общепринятой установки по отношению к миру (например, индустриально-туристской или экологической) к рефлексированной (например, рекреационной). Тем самым редукция открывает трансцендентную сущность туризма, для которого все существующее становится объектом.

4. Туристика включает восемь крупных феноменологических разделов: этнологию путешествий; мифологию путешествий; философию путешествий; апостольство путешествий; Великие географические открытия; индивидуализацию путешествия; индустрию туризма; рекреацию».

В украинской научной школе по туризму (В.К. Федорченко, В.С. Пазенок) предлагается называть науку о туризме *туризмологией* [4]. Концептуальные подходы и научные взгляды на туризм и его место в системе научных знаний ученых этой научной школы обобщены в недавно опубликованном монографическом исследовании «Туризмология: концептуальные основы теории туризма» [5]. Коллектив авторов данной монографии представляет обобщенный теоретический образ туризма как социального института, социоэкономического и культурного фактора общественной жизни, исследуя сущность теории туризма как инновационной социоэкономической и гумани-

тарной дисциплины, прослеживая генезис и эволюцию знаний о туризме, определяя содержание ключевых концептов и терминов, структуру и функции туризмологии. По мнению авторов, основным принципом туризмологического подхода является понимание сущности туризма как формы естественно-общественного бытия и жизнедеятельности путешествующего человека. Туризмология представляется междисциплинарной наукой, которая консолидирует:

- *философию туризма*, исследующую «жизненный мир» путешественника, аксиологический, морально и эстетически ценностный аспекты туристских событий;
- *географию туризма*, сосредоточенную на пространственно-временных закономерностях функционирования туризма;
- *социологические* исследования туризма;
- *культурологию туризма*, которая анализирует гуманизирующую, «человекотворческую» миссию туризма;
- *психологию туризма*, исследующую индивидуальные особенности путешественника и тесно связанную с *этическими и эстетическими* ценностями туристов, а также *экологизацией* сознания путешественников.

*Педагогика туризма* решает проблемы профессиональной подготовки специалистов туристского дела, а *праксеология туризма* обеспечивает осмысление туристской практики. Предметом исследований в туризмологии становятся *правоведческие, политологические, конфликтологические* и другие аспекты научного осмысления туризма.

Философию туризма, географию туризма, социологию туризма, экологию туризма, культурологию туризма, этику туризма, педагогику туризма, психологию туризма, конфликтологию туризма авторы рассматривают в качестве теоретико-методологических составляющих туризмологии, а к институциональным основам туризма и туризмологии относят гостеприимство, технологию туризма, рекреацию, анимацию в туризме, экономи-

ку туризма, экскурсологию, музееведение (музеологию), туристское право, политологию и информатизацию туризма.

По мнению авторов, «в совокупности они формируют целостное туризмологическое знание, помогают исследовать феномен туризма во всем его многообразии, вырабатывать культуру мышления у специалистов сферы туризма, обеспечивать достойный ответ вызовам, проблемам и угрозам, присущим цивилизации XXI в.» [5, с. 358].

П. Келлер также считает науку о туризме междисциплинарным феноменом [6]. Однако он отмечает, что «туристские исследования связаны со многими материнскими дисциплинами и могут попасть в ловушку мультидисциплинарности, так как каждая дисциплина сохраняет свою методологию и допущения неизменными вне зависимости от событий, происходящих в других дисциплинах. То есть шаг к междисциплинарности, при котором происходит смешение методов и всех затронутых допущений, еще не сделан. Мультидисциплинарность обогащает каждую из сторон академического сообщества. Но она же — одна из главных причин, почему туризм еще не стал единой совокупностью знаний и почему он часто не признается как самостоятельная дисциплина, особенно в терминах классической университетской науки» [6, с. 4]. П. Келлер подчеркивает, что только междисциплинарный подход, интегрирующий в себе знание соответствующих материнских дисциплин, может обеспечить целостность туристского знания. При таком подходе интегрируется большинство положений и методов из наук, занимающихся туризмом, что и позволяет создать самостоятельную дисциплину. В противном случае, как считает автор, такая дисциплина не будет полностью автономна.

Междисциплинарность и комплексность науки о туризме подтверждаются также весьма существенным за последние десятилетия ростом во всем мире числа диссертационных исследова-

ний и диверсификацией их тематики, посвященной множеству аспектов развития современного туризма и охватывающей все большее число научных отраслей, направлений и специальностей. Примером, иллюстрирующим этот процесс, может служить анализ тематики отечественных диссертаций, выполненных на соискание ученой степени кандидата и доктора наук за последние 18 лет, т.е. в конце XX — начале XXI в.<sup>1</sup> По информации из базы данных Российской государственной библиотеки, за указанный период написано и успешно защищено 850 диссертаций на соискание ученых степеней кандидата и доктора наук, в наименовании тем которых содержатся термины «туризм» и «туристский», по 14 отраслям науки.

Наибольшее число диссертаций по туристской тематике защищено по экономическим, педагогическим, юридическим и социологическим наукам и наукам о Земле. По другим отраслям науки (культурология, технические, исторические, философские, филологические науки, психологические, политологические, биологические, сельскохозяйственные науки) их существенно меньше.

График на рисунке иллюстрирует динамику научных исследований в сфере туризма по данным Российской государственной библиотеки. Виден устойчивый рост охвата множества отраслей наук в период 1995–2008 гг. и стабилизация этого значения в последующий период.

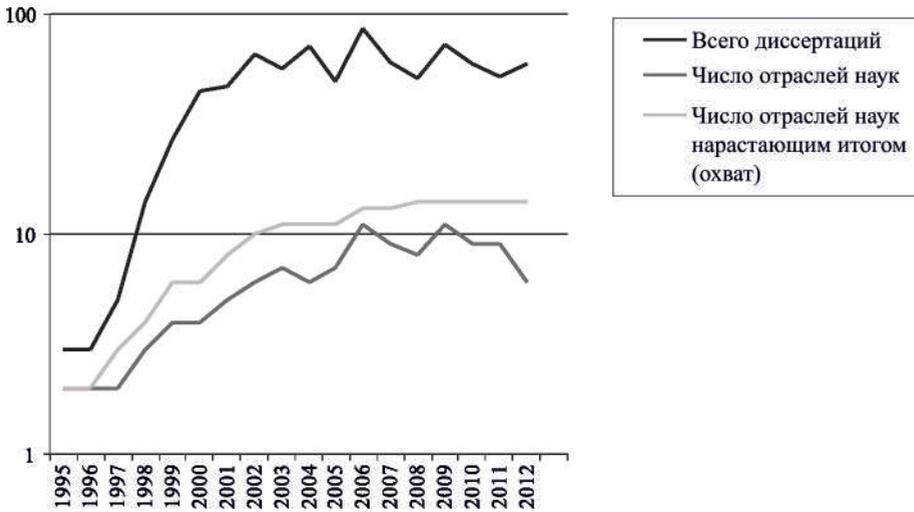
Основываясь на анализе приведенных выше трудов, на современном этапе развития научных исследований туризма можно сформулировать следующее определение туристики как науки о туризме.

Туристика (наука о туризме) — комплексная междисциплинарная наука, объектом которой является сфера туризма, а предметом исследования — совокупность явлений, процессов, результатов, связей

<sup>1</sup> Данные для анализа предоставлены аспирантом И. Зарайским.

и отношений, возникающих в социально-экономической, гуманитарной, личностной, культурной, политической и иных предметных областях туристской деятельности, деятельности туристов, туристской индустрии и туристской дестинации. Туристика включает такие научные дисциплины, как: философия туризма, история туризма, география туризма, социология

туризма, культурология туризма, психология туризма, этику туризма, педагогика туризма, туристское право, политология туризма, конфликтология туризма, экология туризма, технология туризма и гостеприимство, рекреология, экономика туризма, менеджмент туризма, маркетинг туризма, статистика туризма, информатизация туризма, экскурсоведение, музееведение.



Рост числа научных исследований в сфере туризма

На современном историческом этапе развития туристика пока еще не выработала собственную методологию исследования и применяет методологии составляющих научных дисциплин. Однако туризм как объект действительности реально стал объектом научного изучения. По мере того, как туризм попадает в поле зрения разных наук, появляется необходимость выделения специфических для каждой из наук

сторон этого объекта научного изучения в соответствии с определенными задачами. При этом каждая из наук выделяет свой предмет изучения, внося свой вклад в формирование комплексной науки о туризме — туристики на основе междисциплинарного подхода, подобно процессу огранки алмаза. Этой науке трудами будущих исследователей еще предстоит стать «бриллиантом», но этот процесс уже начался.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Туристика: монография. М.: Советский спорт, 2001. 288 с.
2. Туристика: от гипотез к теории: монография. М.: Советский спорт, 2009. С. 9–14.
3. Большой энциклопедический словарь / гл. ред. А. М. Прохоров. Изд. 2-е, перераб. и доп. М.; СПб., 2000.
4. Федорченко В.К. Туризмология как наука. Основные парадигмы теории туризма // Вестник РМАТ. 2013. № 2 (8). С. 3–10.

5. Федорченко В.К. Туризмология: концептуальні засади теорії туризму: монографія / В.К. Федорченко, В.С. Пазенок, О.А. Кручек та ін. К.: ВЦ «Академія», 2013. 368 с. (Серія «Монограф»).
6. Келлер П. Основы туристского образования и исследований туризма в современном обществе // Вестник РМАТ. 2011. № 2. С. 4.

В.А. МИНАЕВ

## СЕТЕЦЕНТРИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ДЕСТИНАЦИЙ КАК НОВАЯ ПАРАДИГМА РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

*Рассматриваются теоретические и прикладные аспекты нового подхода к управлению туристскими дестинациями, а именно сетецентрическая модель управления, базирующаяся на применении современных информационных технологий и сетевой организации информационного обмена дестинаций с потребителями туристских услуг и маркетинговыми организациями. Излагается принцип самосинхронизации при сетецентрическом построении управления в дестинациях. Вводится понятие «туристско-рекреационный аттрактор». Обосновывается стратегия «заимствования» при применении механизмов диффузии инноваций и передовых туристско-рекреационных технологий в туристскую индустрию регионов России. Предлагается полисетевая схема инновационного развития туристско-рекреационной сферы, включающей образовательный сегмент.*

*Ключевые слова:* туризм и рекреация, дестинация, сетецентрическая модель управления, информационные технологии, самосинхронизация, аттрактор, стратегия «заимствования», образовательный сегмент.

*The article examines the theoretical and applied aspects of the new approach to the management of tourist destinations. Namely, network-centric management model. The model is based on the use of modern information technologies and network organization of information exchange destinations with consumers of tourism services and marketing organizations. Networks are considered as “clusters” or aggregation structures consisting mainly of small and medium tourism enterprises. The principle of self-synchronization in a network-centric management of destinations considered. The concept of “tourism and recreation attractor” is introduced and justified. “Borrowing” strategy in the application of innovations diffusion and advanced tourism and recreational technologies mechanisms in tourism industry of Russia regions is justified. Multinetworking scheme innovative development of tourist and recreational areas including educational segment is proposed.*

*Key words:* tourism and recreation, destination, network-centric model of management, information technology, self-synchronization, attractor, “borrowing” strategy, educational segment.

### О СЕТЕЦЕНТРИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЕ

В последние годы активно развивается теория и прикладная наука *сетецентрического управления* сложными системами как новая эффективная парадигма выживания современных социально-экономических структур в условиях масштабного применения инфокоммуникационных технологий и глобализации всех значимых процессов существования человечества [1–2].

В основе сетецентрической парадигмы лежит сетевой принцип построения той или иной системы, позволяющий обеспечить максимальные возможности для получения информации о параметрах ее собственного функционирования и состояния внешней среды, доступа к названной информации, ее обработки, хранения, распределения и обеспечения обратной связи [3–4].

В условиях подготовки к сетецентрическим «войнам», и это не преувеличение, развивается не только военная теория [5], но и магистральные направления дви-

жения стран к системному обеспечению своего процветания.

Термин «сетевая война» появился в США 15 лет назад, доктринально оформившись за прошедшие годы применительно к армии (которая не в первый раз осваивает передовые технологии быстрее других). Сегодня американские вооруженные силы, блок НАТО активно внедряют сетевые подходы в процессе подготовки войск. Идеи «сетевой войны» применяются Англией, Швецией, Китаем и другими странами.

Как здесь не вспомнить В. Ключевского, еще в позапрошлом веке изрекшем: «История не учительница, а надзирательница, *magistra vitae*: она ничему не учит, а только наказывает за незнание уроков» [6]. Не стоит проверять правоту этого постулата на своем печальном опыте, туристской индустрии России необходимо готовиться к «войнам» наступившего будущего, которые сегодня ведутся за рубежом в системе государственного и муниципального управления, бизнеса, экономики и в сфере техники и технологий.

#### СЕТЕЦЕНТРИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИСТСКОЙ СФЕРЕ

Только системный, скоординированный подход к применению сетевых технологий, принципов и методов в туристской индустрии позволяет говорить о целостном, целенаправленном ее развитии. Именно об этом говорят авторы в своих работах [7–8], ими сделаны следующие выводы.

1. Взаимосвязь и взаиморазвитие туристских процессов и информационных технологий обуславливают на рынке туризма последовательное изменение структур, игроков и туристских продуктов в целях адаптации к быстро меняющемуся поведению потребителей последних.

2. Туристский сектор вынужден прибегать к более гибким технологическим инфраструктурам, способствующим раз-

витию предпринимательских сетей на местном уровне дестинаций.

3. Указанные сети могут рассматриваться как «кластеры» или агрегации структур, состоящих в основном из малых и средних туристских предприятий, которые с помощью новых веб-технологий и современных механизмов рыночного взаимодействия помогают друг другу (принцип «B2B»), обеспечивая заказчику полный пакет туристских продуктов и услуг.

4. В условиях растущей конкуренции на рынке электронной торговли туристскими продуктами и услугами при отсутствии системы управления дестинациями (*Destination Management System*), усиливающей взаимодействие между поставщиками, клиентами и маркетинговыми организациями, дестинации не смогут поддерживать свою туристскую привлекательность.

5. Дестинациям необходимо дифференцировать свои продукты и развивать партнерские отношения между государственным и частным секторами на туристском рынке.

Из сказанного следует, что сетевое управление ресурсами российских дестинаций предполагает создание территориально распределенной сети развитых инфокоммуникационных узлов. Главными характеристиками такой сети являются: высокоэффективная «информационная решетка», обеспечивающая доступ ко всей необходимой информации о дестинации; передовая система управления туристскими ресурсами дестинации, интегрированная «сенсорная поверхность», соединенная в единую сеть с системой «агентов дестинации» и системой ее управления [9].

#### СИНЕРГЕТИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ И АТТРАКТОРЫ

В научно-практическом смысле такая организация дестинации позволит перейти к ее более эффективной и оперативной форме управления и самосинхронизации.

При этом показатель *оперативности управления* подразумевает два взаимосвязанных аспекта:

- дестинация достигает информационного превосходства, под которым понимается аналитическое понимание ситуации на высококонкурентном поле деятельности;

- в технологическом плане такое превосходство предполагает внедрение новых систем менеджмента, компьютерного анализа, оценки и прогнозирования на основе современных математических моделей.

Принцип *самосинхронизации* при сетевом построении управления в дестинациях подразумевает способность туристско-рекреационной структуры самоорганизовываться снизу, а не реформироваться в административном порядке. Названный принцип воплощается в развитой глобальной компьютерной среде с сетевым управлением высокой структурной сложности [10–11].

О самоорганизации как об основном предмете науки под названием «синергетика» написано немало исследовательских работ, в которых делается попытка обобщить главные закономерности сложных систем, применить их для анализа социального развития.

Важным является то, что проблемы массовой психологии относятся к классу задач, решаемых синергетикой [12–13]. Для применения ее принципов в управлении туристской индустрией необходимо знать законы стохастических процессов, теории нелинейных систем, оперировать понятиями фазового пространства, аттрактора как цели, устойчивого состояния в процессе эволюции той или иной системы.

Не вдаваясь в подробности аппарата синергетики, под *туристско-рекреационным аттрактором* будем понимать устойчивое состояние дестинации в той или иной стране, имеющей свойство притягивать к себе достаточное для своего эффективного существования и развития множество траекторий системы. Они определяются возможностями и предпочтениями путешествующих, ведущих себя как множество активных элементов сетевидной системы [14].

В работе [15] под аттракторами подразумеваются некоторые «воронки», которые свертывают, втягивают в себя множество траекторий, определяют ход эволюции системы на участках, даже отдаленных от непосредственного «конуса» такой «воронки».

Аттракторы обладают такой важной особенностью, что если объект, находясь в нем, выйдет из этого состояния, то спустя некоторое время вновь вернется в аттрактор, проявляя свойство *асимптотической устойчивости*. Примером может быть известное свойство туристов стремиться к своему, однажды испытанному и успешно принятому аттрактору-дестинации.

Конечно же, общая теория аттракторов применительно к туристско-рекреационной сфере должна быть переложена на язык конкретных методов, методик и рекомендаций. И это нужно делать с учетом того, что процесс развития туристских дестинаций все более упорядочивается в направлении их доминирующей сетевидной роли. Научное обеспечение этой идеи для обозначенной сферы связано с понятиями флуктуации, хаоса, бифуркации, диссипации, диффузии инноваций, то есть нового понятийного аппарата, в том числе относящегося к теории катастроф.

Высокая структурная сложность туристско-рекреационной среды и управления ею объясняется стремительным ростом высокоразвитых информационных структур, сопровождающих функционирование и развитие соответствующей инфраструктуры в глобальном информационном пространстве.

Очевидно, что для понимания и формализации таких систем требуются новые методы, позволяющие оперировать со сложными произвольно изменяющимися структурами, как правило, слабо структурированными [16]. Именно неразработанностью универсального математического аппарата и методов управления объясняются слабое развитие и масштабы применения сетевидных

структур применительно к туристско-рекреационной сфере (да и не только к ней).

Нужно помнить при этом, что в мире за последние два десятилетия была образована качественно новая, быстро растущая информационная среда, связавшая более полутора миллиардов компьютеров, более 4 млрд абонентов уже объединяют сети мобильной связи. Согласитесь, в данной ситуации эффективность функционирования любой дестинации становится напрямую зависящей от ее информационного и технологического потенциала.

А центр тяжести управленческих приложений активно смещается от малосвязанных локальных компьютерных архитектур к глобальным сетям и массовым информационным системам, интегрированным в общемировое информационное пространство. При этом архитектура и управление большими сильно связанными системами этого класса эволюционируют к сетцентрическим.

Согласимся с тем, что исходной методологической основой для решения задач сетцентрического управления, в том числе большими туристско-рекреационными системами, являются принципы графодинамики [4], формирующие в настоящее время перспективное направление в теории управления.

Почему же до сих пор не было значительной практической потребности в математической теории графодинамических систем применительно к туристско-рекреационной сфере? Причины скорее всего кроются в трехкоординатном проблемном пространстве существования дестинаций.

Во-первых, экспоненциально растущие потоки и объемы сложно структурированной информации в этой области до сих пор удавалось обрабатывать традиционными количественными методами и вычислительными средствами.

Во-вторых, распределенные динамически изменяемые структуры высокой сложности с растущим доминированием роли дестинаций в туристско-рекреационной

сфере обозначились не так давно в связи с состоявшимся де-факто формированием глобального сетевого информационного пространства и массовым вовлечением в него путешествующего населения из разных стран.

В-третьих, масштабы распределенной обработки в сетевых ресурсах глобально распределенной информации в туристско-рекреационной сфере наконец-то превысили возможности существующих технологий. Будущее уже не за индустриальным программированием, а за приложениями теории распределенных графодинамических систем, технологически «бесшовными» инструментами программирования при управлении ресурсами глобально связанной компьютерной среды [4].

#### ОБ ИННОВАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЯХ В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЕ

А теперь о том, как применить современные положения синергетики и современного управления к поступательному развитию российских дестинаций. Существует своя специфика, применимая к любой из хозяйственных отраслей нашей страны. Проведем краткий анализ тех проблем и противоречий, мешающих инновационно развиваться хозяйственному механизму страны, ее туристско-рекреационной сфере.

В настоящее время Правительством Российской Федерации реализуется долгосрочная государственная политика [17]. Ее целями являются достижение технологического лидерства российской экономики, обеспечение устойчивости экономического роста страны, увеличение реальных доходов граждан. Очевидно, что предприятия туристско-рекреационной сферы России, изобилующей на мировом рынке весьма привлекательным спектром дестинаций, не могут оставаться в стороне от магистрального развития ведущих отраслей страны.

Как показывает опыт индустриально развитых стран, добившихся заметных

успехов в освоении наукоемких технологий, повышении объемов производства и экспорта инновационной продукции и услуг, целесообразно выделить следующие возможные формы реализации инновационной политики в туристско-рекреационной сфере:

- стратегию «наращивания», включающую комплекс мероприятий долгосрочного характера, направленных на обеспечение постепенного увеличения числа созданных на базе собственных высоких технологий новых конкурентоспособных предложений и услуг;

- стратегию «заимствования», подразумевающую комплекс реализации мероприятий, направленных на освоение новых технологий и услуг в сфере туризма и отдыха, апробированных в развитых странах с использованием собственного инновационного потенциала страны;

- стратегию «переноса», представляющую комплекс организационно-экономических мероприятий, связанных с освоением производства продукции и услуг туриндустрии новых поколений, пользующихся спросом за рубежом, путем закупки лицензий на высокоэффективные новейшие технологии [18].

Очевидно, что общим элементом для каждой из указанных стратегий является активизация инновационной деятельности и достижение новых экономических рубежей в туристско-рекреационной сфере страны. Разница в стратегиях определяется соотношением достигаемых рубежей и имеющимися на сегодняшний день финансовыми, материально-техническими и организационными возможностями туристской отрасли и государства в целом.

По объективным причинам широко использовать стратегии наращивания и переноса туристско-рекреационных технологий в России сегодня достаточно сложно из-за ограниченных ресурсов, недостатка инвестиций в сферу туриндустрии, неудовлетворительного состояния ее материально-технической базы.

Поэтому в краткосрочной и среднесрочной перспективе целесообразно сосредоточить усилия на осуществлении стратегии заимствования, которую можно успешно реализовывать через применение механизмов диффузии инноваций и передовых технологий из экономически развитых стран в туриндустрию регионов России. Этот подход может позволить относительно быстро активизировать инновационную деятельность в туристско-рекреационной сфере, нарастить объемы производства конкурентоспособной продукции и услуг в туриндустрии.

#### ЕВРОПЕЙСКИЙ ОПЫТ И РОССИЙСКИЕ РЕАЛИИ

Процесс диффузии инноваций и передовых технологий подразумевает наличие большого числа предприятий, как малых, так и средних, а также инновационной инфраструктуры, которая позволит создавать им эффективные кооперационные связи в сфере туриндустрии.

Исследования, проведенные в странах Евросоюза [19], показывают, что имеются четыре группы барьеров, препятствующих осуществлению активных международных контактов между малыми и средними предприятиями Евросоюза с предприятиями развивающихся экономик, а именно:

- *Поведенческие* барьеры (например, реализуемые стратегии развития малых и средних предприятий и их операционная деятельность, не предусматривающая налаживания международных контактов).

- *Политические* барьеры (например, наличие различных режимов регулирования в других странах).

- *Естественные* барьеры (например, языковые и культурные различия).

- *Информационные* барьеры (например, отсутствие эффективных инструментов коммуникаций, ограничивающее доступ к информации о зарубежных партнерах).

Для преодоления указанных барьеров малым и средним предприятиям Евросо-

юза необходимо затратить определенное количество ресурсов, которых иногда не хватает. Поэтому до 60% этих предприятий не рассматривают вопрос о ведении международной деятельности.

#### КАК ПРЕОДОЛЕТЬ БАРЬЕРЫ НА ПУТИ К ИННОВАЦИЯМ

Каким же может быть выход из сложившегося положения, особенно для российской действительности?

Проведем физическую аналогию. В квантовой физике существует такое явление, как туннельный эффект. Он определяется как преодоление микрочастицей потенциального барьера в случае, когда ее полная энергия меньше высоты преодолеваемого барьера. Туннельный эффект — явление исключительно квантовой природы, невозможное и даже полностью противоречащее классической механике, что показано на рис. 1 [20].

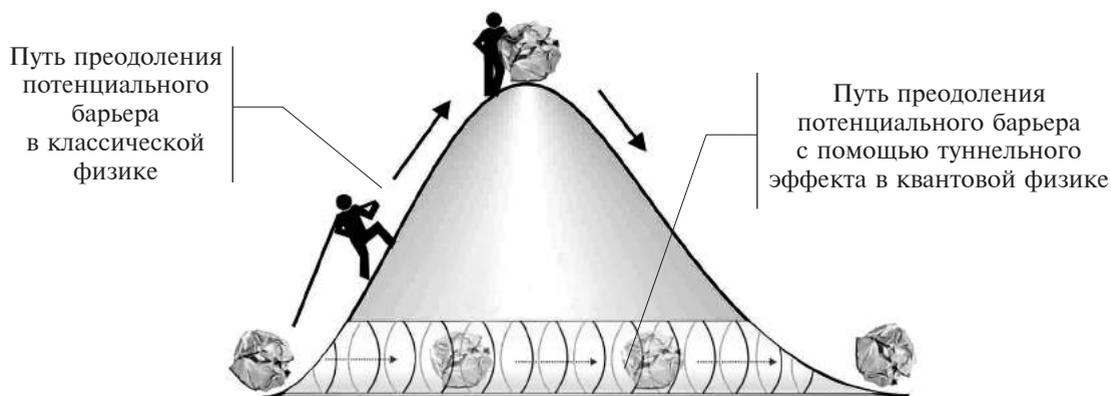


Рис. 1. Туннельный эффект в квантовой физике

Если спроецировать описанный принцип преодоления барьера на процесс диффузии инноваций и передовых технологий через массовое взаимодействие малых и средних предприятий туристской сферы, такого «туннельного эффекта», на наш взгляд, можно достичь через широкое применение последних достижений в создании международных бизнес-сетей сотрудничества малых и средних предприятий [21].

Возвращаясь к началу статьи, напомним, что последние два десятилетия характеризуются в мире активным развитием информационно-коммуникационных сетей. В настоящее время они широко используются как в экономике, так и в социальной области. Например, в странах Европейского союза по данным Европейской кластерной обсерватории сегодня функционирует порядка 2500 раз-

личных информационных и бизнес-сетей [22]. Власти Евросоюза вкладывают немалые средства в фундаментальные и прикладные исследования в этой области.

На национальном уровне бесспорным лидером в научных разработках и построении региональных бизнес-сетей (первого поколения) является Германия. В результате создан прототип сети, позволяющей формировать технологические цепочки малых и средних предприятий от разработки высокотехнологичного продукта до его реализации на рынке, а также управление деятельностью этих предприятий в рамках региональных кластеров.

В России такие сети пока не получили своего развития. На ее территории функционирует только одна иностранная бизнес-сеть — Европейская сеть поддержки предпринимательства (*Enterprise*

*Europe Network*), которая создана в рамках реализации проекта «*Gate to RuBIN*». Россия впервые участвует в европейских бизнес- и инновационных сетях.

Стоит отметить, что за последние несколько лет у нас в стране появились технические предпосылки для быстрого развития бизнес-сетей. Так, в ходе подготовки выборов Президента Российской Федерации в 2012 г. силами компании «Ростелеком» емкость каналов связи была увеличена наполовину с целью обеспечения широкополосного доступа в Интернет 80 тысячам избирательных участков. По данным президента компании, сейчас этой сетью охвачена большая часть из 24 тысяч муниципальных образований нашей страны<sup>1</sup>.

Как показывает практика, создание сетевых структур привязано к развитию современных подходов открытых инноваций. Согласно ним инновации не создаются отдельными организациями, а возникают в динамических средах развития. В этих средах организации, обладающие определенными бизнес-навыками, взаимодействуют с квалифицированной рабочей силой, обладающей необходимыми профессиональными и социальными компетенциями, давая тем самым дополнительные возможности по освоению имеющихся знаний, генерированию новых идей, созданию новых технологий и продуктов.

Наличие таких сетевых структур способствует созданию потоков новых знаний, а также дополнительных взаимодействий специалистов компаний, являющихся важнейшей составляющей инновационного процесса. Этот тип «перекрестного опыления» идей и инноваций признан в настоящее время в качестве одного из факторов успеха в инновационной деятельности в развитых странах.

Исследования в регионах Евросоюза, где применяются такие сетевые структуры, показывают увеличение региональ-

ного продукта на душу населения в среднем в два раза при 60% доле работников в сильных сетевых кластерах.

Таким образом, развитие международных бизнес-сетей сотрудничества между странами является необходимой предпосылкой к началу процесса диффузии инноваций и высоких технологий.

#### О ДИФФУЗИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ИННОВАЦИЙ

В соответствии с положениями теории диффузии инноваций [23], диффузия — это процесс, в ходе которого инновация с течением времени по информационным каналам распространяется среди всех членов социальной системы; инновация — это идея, практическая деятельность или объект, новизна которого ощущается индивидом или группой.

Согласно этой теории любая инновация (например, новая идея, методика, технология) диффундирует, т.е. распространяется в обществе по определенной предсказуемой модели. Графически данная модель применительно к освоению рынка представляется в виде S-образной кривой, изображенной на рис. 2.

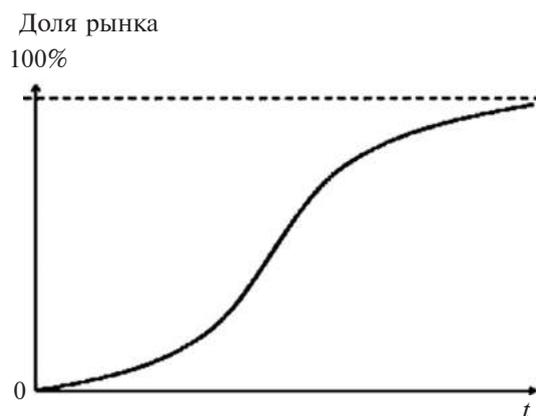


Рис. 2. S-образная кривая диффузии инноваций

Важным фактором успешного распространения инновации является межличностная коммуникация. В настоящее время этому способствует широкое применение различных социальных сетей,

<sup>1</sup> URL:<http://izvestia.ru/news/529956>

причем осведомленность об инновациях распространяется по каналам СМИ, Интернета гораздо быстрее, чем при межличностном общении.

Автором настоящей статьи совместно с коллегами-математиками разработан подход и математические модели, позволяющие существенно ускорить процесс диффузии инноваций, используя технологии управления массовым сознанием [24]. Согласно ему процесс распространения инноваций разделяется на две составляющие:

- первая связана с внутренними (имитационными) процессами распространения инновации в сообществе через межличностную агитацию;

- вторая происходит с внешними (инновационными) процессами распространения инновации в сообществе через агитацию в СМИ, в том числе при использовании Интернета.

При этом процесс формирования «критической массы» индивидов, подверженных инновационной идее, зависит от структурирования социальной системы на группы постоянного общения. Такими группами постоянного общения могут быть семья, рабочий коллектив и т.п. Эти группы при разработке моделей названы малыми связанными группами влияния. Подобные выводы по поводу роли малых связанных групп сделаны в свое время и разработчиками теории коллективных действий [25]. Согласно этой теории при прочих равных условиях большие группы менее способны действовать в общих интересах, чем малые [26–27].

Применительно к итальянским дестинациям исследование [7] подтвердило, что для эффективного выявления новых тенденций туристского спроса и управления им необходима организация взаимодействия между туристско-рекреационными кластерами регионального, провинциального, городского и муниципального уровня, вплоть до локальных групп поставщиков туристских продуктов (личные порталы и сайты). Именно такая иерархическая организация взаимодействия

способна вовремя сегментировать клиентов, обнаружить новые нишевые рынки с их последующей интеграцией в конкурентоспособные кластеры.

Исходя из положений работы [24], делается вывод о том, что управление процессом диффузии инноваций можно успешно осуществлять через целенаправленное формирование в социальной сети малых связанных групп влияния среди новаторов и их ранних последователей.

Очевидно, что образовательный уровень и специальная подготовка имеют существенное значение для развития предпринимательской деятельности, включая туристско-рекреационную сферу, и должны быть обязательно учтены при формировании сетецентрической модели дестинации.

#### МУЛЬТИСЕТЕВАЯ СХЕМА РЕАЛИЗАЦИИ СЕТЕЦЕНТРИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ДЕСТИНАЦИЙ

Рассмотрим пространственно-распределенную мультисетевую схему эффективной реализации сетецентрической модели дестинации [18]. Эта схема включает в себя:

- образовательные сети;
- специальную социальную сеть сотрудничества (сеть 4С);
- бизнес-сети сотрудничества малых и средних предприятий.

Соответствующая полисетевая структура изображена на рис. 3. Дадим необходимые пояснения к схеме.

В настоящее время Агентством стратегических инициатив по продвижению новых проектов по поручению Президента Российской Федерации реализуется дорожная карта «Создание Национальной системы компетенций и квалификаций». Благодаря проекту планируется создать в России современный рынок труда, связанный с современной системой образования. А также перевести образование из объекта постоянных безвозвратных инвестиций со стороны го-

сударства, в систему, которая станет источником доходов для бюджета и внесет значимый вклад в ВВП страны [28].

Дорожной картой предусмотрено создание в стране ряда сетевых федеральных «электронных университетов» [29]. В рамках построения сетецентрической модели дестинаций целесообразно создание сетевого «электронного университета туризма», интегрированного в бизнес-сети сотрудничества малых и средних пред-

приятий в сфере туристической индустрии, в том числе и в международные. Учебные площадки такого университета могут создаваться как на территории России, так и за рубежом, реализуя образовательные программы под требования российского малого и среднего туристического бизнеса, представляющего дестинации страны, а также иностранных инвесторов, работающих на территории нашей страны в туристско-рекреационной сфере.

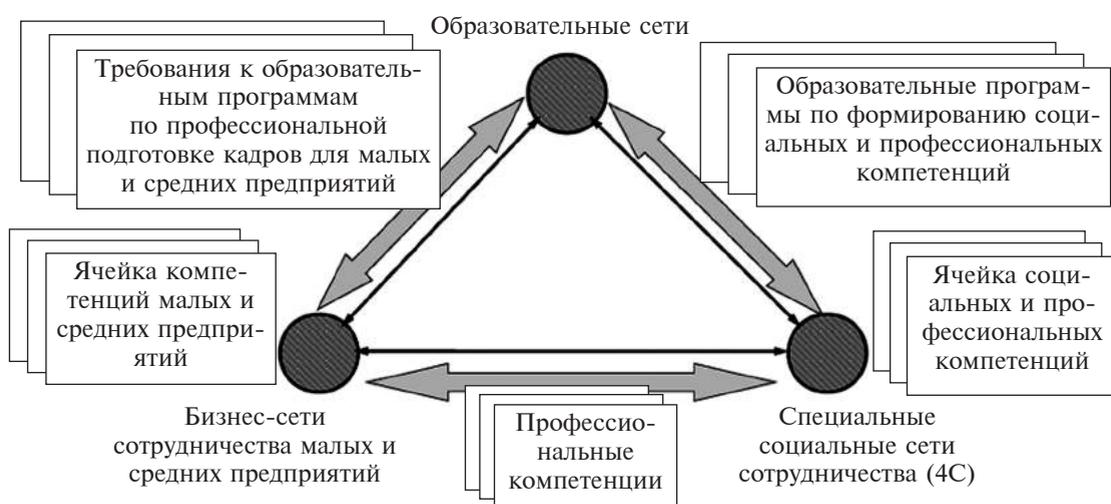


Рис. 3. Полисетевая схема инновационного развития туристско-рекреационной сферы

Используя такую модель взаимодействия, можно будет выстроить необходимые векторы влияния сетецентрической дестинации в социальных и бизнес-сетях [11], а также подготовить кадры нужного количества и качества для ее эффективного развития. В процессе тесного взаимодействия с существующими международными бизнес-сетями в сфере туризма и рекреаций экономически развитых стран появляется возможность поступательного формирования российских региональных бизнес-сетей сотрудничества в указанной области [30].

#### ВЫВОДЫ

Современные условия глобализации мироустройства и развития экономики России требуют построения ее современных де-

стинаций в виде туристско-рекреационных систем сетецентрического характера. Это позволит повысить их экономическую эффективность в процессе управления, направленного на достижение этими сложноорганизованными структурами динамической устойчивости в нелинейной среде своего функционирования и многовариантности принятия управленческих решений. Важным при этом выступает практическое оперирование таким важнейшим объектом, как аттрактор, являющийся фактором самоорганизации дестинации.

В настоящее время по объективным причинам в краткосрочной и среднесрочной перспективе при построении модели российских дестинаций целесообразно сосредоточить усилия на осуществлении стратегии заимствования. Ее можно успешно ре-

ализовывать через применение механизмов диффузии инноваций и передовых информационных и туристско-рекреационных технологий из экономически развитых стран в экономику регионов России.

Осуществлению процессу диффузии инноваций и передовых технологий мешают существующие внутренние и внешние барьеры как у малых и средних предприятий экономически развитых стран, так и в России. Выходом из сложившего-

ся положения может быть построение в нашей стране инновационной туристско-рекреационной инфраструктуры с широким применением последних достижений в разработке международных бизнес-сетей сотрудничества, а также моделей активного воздействия на общественное сознание в социальных сетях. При этом особое внимание следует уделить образовательным сетям туристского профиля, в том числе – развитию электронных форм обучения.

#### ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Затуливетер Ю.С. На пути к глобальному программированию // *Открытые системы*. 2003. №3. С. 46–47.

2. Таненбаум Э., Ван Стеен М. *Распределенные системы. Принципы и парадигмы*. СПб.: Питер. 2003. 877 с.

3. Затуливетер Ю.С. Проблемы глобализации парадигмы управления в математически однородном поле компьютерной информации // *Проблемы управления*. 2005. №1. Ч.1. С. 1–12; №2. Ч.II. С. 13–23.

4. Затуливетер Ю.С., Фищенко Е.А. Графодинамические системы с сетцентрическим управлением в математически однородном поле компьютерной информации // *Управление большими системами. Специальный выпуск 30.1. Сетевые модели в управлении*. М.: ИПУ РАН, 2010. С. 567–604.

5. *The Army's Future Combat Systems' Features, Risks, and Alternatives*. URL: <http://www.gao.gov/new.items/d04635t.pdf> (дата обращения: 06.01.2014).

6. Ключевский В.О. *Сочинения: в 9 т.* М.: Мысль, 1990. Т. 9. С. 393.

7. Buhalis D., Molinaroli E. *Entrepreneurial Networks and Supply Communities in the Italian eTourism* // *Information Technology & Tourism*. 1 January. 2003. Vol.5. No.3. P. 175–184.

8. Buhalis D. *Marketing the Competitive Destination of the Future*. *Tourism Management*. 2001. No 21(1). P. 97–116.

9. Бедрицкий А.В. *Информационная война: концепции и их реализация в США*. М.: РИ-СИ, 2008. 187 с.

10. Акаев А.А., Кортаев А.В., Малинецкий Г.Г. и др. *Моделирование и прогнозирование глобального, регионального и нацио-*

*нального развития. Вторая волна глобального кризиса. События «арабской весны». Анализ сценариев развития России в ближайшие десятилетия*. М.: Издательская группа URSS, 2012. 488 с.

11. Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартшвили А.Г. *Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства*. М.: Физматлит, 2010. 228 с.

12. Николис Г., Пригожин И. *Самоорганизация в неравновесных системах*. М.: Мир, 1979. 512 с.

13. Хакен Г. *Синергетика*. М.: Мир, 1980. 404 с.

14. Бурков В.Н. *Основы математической теории активных систем*. М.: Наука, 1977. 255 с.

15. Gorodetsky A., Ilyashenko Yu. *Minimal and Strange Attractors* // *International Journal of Bifurcation and Chaos*. Vol. 6. No. 6 (1996). P. 1177–1183.

16. Авдеева З.К., Коврига С.В., Макаренко Д.И. *Когнитивное моделирование для решения задач управления слабоструктурированными системами (ситуациями)* // *Управление большими системами*. М.: ИПУ РАН, 2007. № 16 (2007). С. 26–39.

17. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 года № 596 «О долгосрочной государственной экономической политике». URL: <http://www.rg.ru/2012/05/09/gospolitika-dok.html>

18. Зернов В.А., Минаев В.А. *Инновационное обучение и бизнес-процессы в международных сетевых системах* // *Высшее образование сегодня*. 2013. № 6. С. 9–16.

19. *Beobachtungsnetz der europäischen KMU 2003, Nr. 4 Internationalisierung von KMU*.

URL: [http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/\\_getdocument.cfm?doc\\_id=1428](http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=1428)

20. Квантовый туннельный эффект / Элементы. URL: <http://elementy.ru/trefil/21195>

21. On Inter-Organizational Trust Engineering in Networked Collaborations Modeling and management of rational trust. URL: <http://dare.uva.nl/document/145407>.

22. Европейская Кластерная обсерватория. URL: <http://clusterobservatory.eu>

23. Everett M. Rogers. *Diffusion of Innovations*, 5th edition. N. Y.: Publisher – The Free Press, A Division of Macmillan Publishing Co., Inc, 2003. 576 p.

24. Минаев В.А., Овчинский А.С., Скрыль С.В. и др. Как управлять массовым сознанием: современные модели. М.: РосНОУ, 2013. 200 с.

25. Майбурд Е. Экономика коллективного действия // Семь искусств. Сент. 2012.

№9(34). URL: <http://www.7iskusstv.com/2012/ Nomer9/Majburd1.php>

26. Olson M. *The logic of collective action: Public Goods and the Theory of Groups*. Harvard University Press, 1971 p.

27. Ostrom E. *Governing the commons: The evolution of institutions for collective action*. Cambridge University Press, 1990. 298 p.

28. План мероприятий («дорожная карта») «Создание Национальной системы компетенций и квалификаций». URL: [http://asi.ru/upload/iblock/489/DK\\_NSKK\\_22-04-2013\\_v24.pdf](http://asi.ru/upload/iblock/489/DK_NSKK_22-04-2013_v24.pdf)

29. АСИ раскрывает критерии будущего федерального электронного университета // АСИ. URL: <http://www.investrb.ru/news/214>

30. Camarinha-Matos L. *Methods and tools for collaborative networked organizations*. Springer, 2008. 532 p.

УДК 338.485

Д.Г. БЕСЕДИН

## ПРИНЦИП УСТОЙЧИВОСТИ В ТУРИЗМЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В XXI ВЕКЕ

*Исследуется принцип устойчивого развития туризма как основополагающий фактор для дальнейшего развития мирового туризма в современном меняющемся мире. Анализируются понятие и сущность принципа устойчивого развития.*

*Ключевые слова: туризм, устойчивое развитие, ответственный туризм, негативное влияние туризма, туризм XXI в.*

*The author of this article analyzes the sustainable tourism and its principles. Sustainable development as the main factor of development of modern world tourism.*

*Key words: tourism, sustainable development, negative influence, tourism of XXI century.*

Экономический, социально-экономический и научно-технический прогресс привел к чрезмерно быстрому развитию туризма. Из-за этого в местах массового посещения туристами появились серьезные проблемы в области экологии, куль-

туры и социального развития, в связи с чем возникает проблема охраны территории от воздействия туризма.

Принципы охраны биосферы в глобальном масштабе были закреплены в 1992 г. конференцией ООН по окружающей среде и развитию в Рио-де-Жанейро, в которой приняли участие делегации

правительств 179 стран мира, многочисленные международные и неправительственные организации. На конференции был одобрен программный документ «Повестка дня на XXI век» («Agenda 21») и принята Декларация по окружающей среде и развитию.

Устойчивое развитие туризма – концепция развития туризма, предусматривающая долгосрочную, на протяжении поколений, допустимую антропогенную нагрузку на туристские ресурсы, их жизнеспособность, развитие и экономическую рентабельность.

Итак, в чем же сущность устойчивого развития туризма?

Всем известно, что туризм имеет высокие темпы развития и приносит с собой это развитие. Но что будет дальше?

Согласно оценкам ЮНВТО, в 2012 г. количество туристов перевалило за 1 млн человек. Численность населения всего мира достигнет примерной отметки в 7 млрд. Таким образом, нагрузка на все сферы Земли огромная, объемы потребляемых ресурсов высоки.

Сегодня деятельность, связанная с обеспечением охраны территорий от влияния туризма, направлена на активное внедрение принципов устойчивого развития, устранение или смягчение социально-экономической напряженности в ряде стран. Большое внимание уделяется туризму как одной из наиболее эффективных сфер деятельности человека в областях экономического и социального развития.

Основная черта, которая характеризует наше время, – это тенденция стремительных изменений. Отсюда следует, что одним из важнейших принципов существования в таком времени должен стать принцип распространения устойчивого туризма как единственно возможного.

Идеальным примером устойчивого туризма может быть следующая картинка: турист достигает места своего отдыха на транспорте, который имеет минимальные показатели шума и выбросов, и

размещается в гостинице, где все услуги строго лимитируются, а материалы подлежат повторному использованию; продукты питания предоставляются сельскими хозяйствами, где не используются пестициды и другие химикаты.

Участники туристского процесса обязаны охранять природную среду и ресурсы в целях обеспечения здорового, поступательного и устойчивого экономического роста на благо равноправного удовлетворения потребностей и устремлений сегодняшних и завтрашних поколений.

Приоритетными сферами деятельности в области туризма, учитывая принцип устойчивого развития, должны стать сохранение и восстановление окружающей среды: сведение отходов к минимуму; привлечение персонала, клиентов и общественности к решению экологических вопросов. Рассмотрение экономических, социальных, культурных критериев и охраны окружающей среды должно являться составной частью всех управленческих решений, в том числе при включении новых элементов в существующие программы.

Особо полезными формами туризма, которые следует поощрять, являются поездки с религиозными, оздоровительными, образовательными целями, а также для культурных и языковых обменов.

Центральные, региональные и местные власти должны оказывать первоочередное внимание и стимулировать финансовым образом все те формы развития туризма, которые позволяют экономить редкие и ценные природные ресурсы, в том числе воду и энергию, а также в максимально возможной степени избегать образования отходов.

С целью уменьшения давления туристской деятельности на окружающую среду и для повышения ее полезного воздействия на туристскую индустрию и на местную экономику следует содействовать более равномерному распределению потоков туристов и посетителей по времени и пространству.

Необходимо планировать объекты туристской инфраструктуры и виды туристской деятельности таким образом, чтобы обеспечивать защиту природного наследия, которое составляют экосистемы и биологическое разнообразие, а также охранять виды дикой фауны и флоры, которым грозит исчезновение. Участники туристского процесса и профессионалы сферы туризма должны понимать, что необходимо наложение определенных ограничений и лимитов на их деятельность, которую они осуществляют в местах особой «хрупкости», где происходит непосредственно сам туризм (создание природных парков или охраняемых заповедников).

Финансовые средства, получаемые благодаря посещениям объектов и памятников культуры, следует хотя бы частично использовать для поддержания, охраны, улучшения и реставрации этого наследия.

Местное население должно привлекаться к туристской деятельности и участвовать на равноправной основе в получении образующихся экономических, социальных и культурных выгод, особенно в форме прямого и опосредованного создания в результате этой деятельности рабочих мест.

Туристская политика должна проводиться таким образом, чтобы она способствовала повышению жизненного уровня населения посещаемых районов и отвечала их потребностям. При градостроительном и архитектурном планировании и эксплуатации туристских центров и средств размещения необходимо предусматривать их максимальную интеграцию в местную социально-экономическую среду. При равных условиях следует искать возможность найма местной рабочей силы.

Туризм является результатом взаимодействия круга заинтересованных в его развитии сторон: правительств и органов управления на национальном и местном уровнях, туристов и других социально-

экономических секторов, обеспечивающих предоставление продуктов и услуг в систему туризма, а также непосредственно в индустрию туризма. Только при наличии такого взаимодействия и сотрудничества можно говорить об обеспечении долгосрочного рационального менеджмента в этой области, а следовательно, о возможности снизить неблагоприятные воздействия туризма на окружающую среду (в том числе туристскую дестинацию) и извлечь максимум выгоды для всех участвующих в процессе сторон.

Также стоит учитывать тот факт, что необходимо непосредственное участие самих туристов в процессе устойчивого развития. Туристы должны понимать, какое воздействие они оказывают через туризм на окружающую среду (в частности, на туристскую дестинацию). Многие неправительственные организации в рамках своей деятельности уже повлияли на предпочтения потребителей (туристов) и на их поведение. Происходит это через осуществление просветительских и образовательных программ в области устойчивого развития в туризме.

Для стимулирования названных выше действий и программ Всемирная туристская организация (ЮНВТО) и ЮНЕСКО занимаются определением понятия устойчивого туризма и его пропагандой посредством публикаций различного рода руководств, справочников, брошюр и прочих информационных материалов, а также путем обмена опытом (пример — ЮНИТВИН) и поддержки уже реализованных проектов, способных послужить примером.

Кроме того, следует отметить, что существуют принципы устойчивого туризма, которые направлены на создание прочной основы для различных соглашений, регламентирующих индустрию туризма, и для оказания поддержки всем заинтересованным в процессе имплементации принципа устойчивости.

«Повестка дня на XXI век» — документ, в котором выделены десять приоритетов

в сфере деятельности туризма и девять — в сфере деятельности правительств.

Сегодня одной из главных задач неправительственных организаций является создание механизмов и процедур, для того чтобы распределить работу между местными инициативами, функциониру-

ющими на базе «Повестки дня на XXI век». Иначе говоря, необходимо переместить программу действий в области туризма с глобального уровня на локальные уровни, где инициатива исходит от органов местного управления.

#### ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Зорин И.В., Зорин А.И. *Дестинация в контексте ЮНЕСКО: учеб.-метод. мат. по курсу «Туристские дестинации»*. Химки: РМАТ, 2011. 68 с.

2. Петрасов И. *Концепция устойчивого развития применительно к мировому туризму*. URL: <http://geopub.narod.ru/student/petrasov/1/main.htm>

В.М. КОЗЫРЕВ

---

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ  
РЕАЛЬНОГО СОЦИАЛИЗМА  
В XX СТОЛЕТИИ И В НАШЕ ВРЕМЯ**

---

Бледна, мой друг, теория, бледна.  
Но вечно зелено дерево жизни.

*И.В. Гете*

Какова причина, таков результат.

*Будда*

Блаженны алчущие и жаждущие правды.

*И. Христос*

Бедность – источник возмущений.

*Аристотель*

Копить богатства и отказываться  
помогать бедным – великий грех.

*Лао-Цзы*

Пока не найден способ вести корабль  
без кормчего и команды.

*Э. Ренан*

*Статья продолжает серию публикаций, начало которых было положено в первом номере «Вестника РМАТ» за 2012 г. Рассмотрению подлежат теоретические аспекты реального социализма в XX столетии и в наше время. В начале XX столетия социализм стал реальной практикой в России, а во второй половине века – в целом ряде европейских и азиатских стран. Появилась мировая система социализма, однако на рубеже двух веков – XX и XXI – эта система перестала существовать. В наше время социализм в его новой обновленной форме является реальностью и образом жизни в Китае, Вьетнаме, Северной Корее, на Кубе. Целый ряд латиноамериканских стран стремятся воплотить в жизнь отдельные стороны социалистических идей, выступая с резкой критикой буржуазного образа жизни.*

*Ключевые слова: социалистическая революция, строительство социализма, индустриализация, коллективизация, мировая система социализма, новые тенденции в развитии социализма.*

*This article continues the series which was started in the first issue of «Vestnik RIAT» in 2012. This article considers the theoretical aspects of real socialism in the twentieth century and in our time. In the early twentieth century socialism has become a real practice in Russia and in the second half of the century also in a number of European and Asian countries. There was the world socialist system, but at the turn of the century this system has ceased to exist. Nowadays socialism in its newly updated form is a reality and a way of life in China, Vietnam, Cuba, North Korea. A number of Latin American countries seek to implement certain aspects of socialist ideas thus attacking the bourgeois lifestyle.*

*Key words: the socialist revolution, construction of socialism, industrialization, collectivization, word socialism, new trends in the development of socialism.*

## РАЗВИТИЕ КАПИТАЛИЗМА В РОССИИ: КРАТКИЙ ИСТОРИЧЕСКИЙ ОЧЕРК

В XVII в. в России начал активно формироваться всероссийский рынок на основе территориального разделения труда, появились ярмарки (от нем. *jahrmarkt* — ежегодный рынок), активно формировалось купечество как особое сословие горожан. В сфере торговли начался процесс первоначального накопления капитала. Появились первые мануфактуры в самых различных отраслях. Правительства старались проводить меркантилистскую политику с целью обогащения государства за счет внешней торговли. Внутри страны государство ввело монопольное право торговать водкой и некоторыми другими товарами (на временной основе). Население России в XVII в. составляло примерно 13 млн человек.

В XVIII в. в результате петровских реформ мануфактуры получают государственную поддержку и, соответственно, идет их бурное развитие. По данным Т.М. Тимошиной, в конце XVII в. в стране было 20 мануфактур, но уже в середине 1720-х гг. — 205 мануфактур и крупных предприятий ремесленного типа, из них 52 — в черной металлургии, 17 — в цветной, 17 — пороховых, 15 — суконных и 11 — кожевенных [1]. В стране была проведена денежная реформа: рубль стал полноценной серебряной монетой, а денежная система была основана на десятичном принципе: 1 рубль = 10 гривенников = 100 копеек. Позднее были введены полтинники — 50 копеек, полуполтинники — 25 копеек, пятаки — 5 копеек. Чеканка монет стала абсолютной монополией государства. Таможенная политика была направлена на защиту отечественных товаропроизводителей. Для пополнения государственной казны была введена подушная подать с ревизской души: помещицы крестьяне платили в год в пользу казны 74 копейки плюс помещику 40 — 50 копеек; государственные крестьяне — 1 рубль 14 копеек только в казну [1].

Во второй половине XVIII в. ужесточалась крепостная зависимость крестьян во всех ее формах, бесчеловечной становится личная зависимость крестьян от помещиков. Одновременно шел противоречивый процесс роста фабрик, заводов, предпринимательства в его феодальных, крепостнических формах. Число крупных промышленных предприятий к концу XVIII в. практически удвоилось. Экономическое могущество церкви Екатерина II резко ограничила: земли и крестьяне церковью перешли в собственность и подчинение государства. Число монастырей сократилось с 881 до 385 [1]. Помещики во второй половине XVIII в. получили всяческую поддержку и свободу, а крестьяне — новые тяготы и повинности. Власть помещика по отношению к крестьянам становилась абсолютной. В то же время международное положение страны укреплялось. XVIII в. породил прославленных полководцев: Г.А. Потемкина (1739—1791), П.А. Румянцева (1725—1796), А.В. Суворова (1729—1800), Ф.Ф. Ушакова (1744—1817) и др.

В XIX в. процесс развития капитализма в России шел весьма противоречиво. При этом выделяются два периода: первая половина века — эпоха грозы 1812 г., восстания декабристов и последовавшая за ним николаевская реакция и аракеевщина; вторая половина века — эпоха реформ и бурного развития капитализма. В первой половине XIX в. 90% населения страны составляли крестьяне, из них более 23 млн человек — помещичьи крестьяне и около 19 млн человек — государственные (казенные) крестьяне [1]. В то же время в России 1% населения или 127 тыс. семей (около 500 тыс. человек) составляли дворяне, из них 109 тыс. семей имели крепостных крестьян [1]. Крепостное право сдерживало развитие сельского хозяйства, тормозило развитие промышленности и транспорта, ибо значительную часть промышленных рабочих составляли крепостные. Многие рудники и заводы были основаны самими по-

мещиками. Крепостное право стало настоящей кабалой как для крестьян, которые теперь зависели и от фабриканта, и от помещика, так и для самого фабриканта, который платил заработную плату работнику и оброк помещику. Лишь единицы из крепостных могли выкупиться на волю у помещика за баснословно высокую цену: знаменитый фабрикант С. Морозов выкупился на волю за 17 тыс. рублей, т.е. за сумму, равную годовому оброку с двух тысяч крепостных крестьян [1].

При всех трудностях и противоречиях в XIX в. в России начался промышленный переворот, появились первые железные дороги, первые пароходы, увеличилось количество и размеры ярмарок. Капитализм наступал, ему было тесно в рамках крепостничества. В обществе стала утверждаться мысль: крепостное право — это зло. Реформа 1861 г. означала: эпоха феодализма и крепостничества закончилась. Россия вступила в эпоху капитализма, хотя некоторые устои феодализма оставались до революционных событий 1917 г. В конце XIX в. в России насчитывалось около 10 млн работников наемного труда [1]. К 1913 г. количество работников наемного труда увеличилось до 18 млн человек [1].

Вопросу об историческом процессе становления и развития капитализма в России В.И. Ленин посвятил специальную работу «Развитие капитализма в России» [2]. Анализ развития капитализма в России В.И. Ленин начинает с анализа эволюции сельского хозяйства и разложения крестьянства. На основе громадного статистического материала он доказал, что после реформы 1861 г. экономические отношения в общинной деревне — это обыкновенный мелкобуржуазный уклад. В этом укладе формируется сельская буржуазия и сельский пролетариат, т.е. класс товаропроизводителей в земледелии и класс сельскохозяйственных наемных рабочих [3]. Численность крестьянской буржуазии — приблизительно 3/10 населения, но они — господа со-

временной деревни [3]. Сельский пролетариат, класс наемных рабочих с наделом составлял приблизительно 4/10 населения [3]. Промежуточным звеном между этими двумя пореформенными типами являлось среднее крестьянство [3]. Разложение крестьянства создает внутренний рынок для капитализма [3].

В.И. Ленин обстоятельно характеризует переход землевладельцев от барщинного хозяйства к капиталистическому, которое широко использует вольнонаемный труд и раздвигает границы внутреннего рынка. Особое внимание В.И. Ленин уделяет развитию капитализма в промышленности. Он анализирует домашнюю промышленность и ремесло, капиталистическую простую кооперацию, торговый капитал и его формы, капиталистическую мануфактуру и капиталистическую работу на дому, отделение земледелия от промышленности. Особое внимание В.И. Ленин уделяет развитию крупной машинной индустрии и делает вывод: число фабрик в России быстро увеличивается [3], число рабочих в крупных капиталистических предприятиях возрастало быстрее, чем население вообще, даже быстрее городского населения [3]. Из 125 млн 600 тыс. человек населения России того времени 63 млн 700 тыс. человек составляли пролетарии и полупролетарии [3].

К началу XX в. капитализм в России прошел в своем развитии три стадии: мелкое товарное производство, капиталистическая мануфактура, фабрика (крупная машинная индустрия). Соответственно этим этапам бурно развивался и внутренний рынок. В начале XX в. капитализм перерос в стадию империализма. Популярный очерк, анализирующий эту стадию развития капитализма в мировой экономике, В.И. Ленин опубликовал в 1916 г. в работе «Империализм как высшая стадия капитализма» [4]. Это была уже другая эпоха — эпоха войн, революций, социальных потрясений, которые и породили новую цивилизацию — социализм.

## РАЗВИТИЕ РЕВОЛЮЦИОННОГО ДВИЖЕНИЯ В РОССИИ

В условиях классовой антагонистической цивилизации (рабства, феодализма и капитализма) положение раба, крепостного, наемного работника – двойственно. С одной стороны, они вынуждены подчиняться той системе, в которой обречены жить. Как говорил поэт, времена не выбирают, в них живут и умирают. С другой стороны, и среди угнетенных рождаются, как сказал бы Л.Н. Гумилев (1912–1992), пассионарии, люди, которые стремятся изменить окружающий мир и внедрить новый протестный стереотип поведения.

Легендарный мудрец – баснописец Древней Греции Эзоп, раб по своему социальному положению, всю жизнь мечтал о Свободе. Эзоп получил ее, бросившись вниз с обрыва с предсмертным возгласом: «Наконец-то я свободен!» Другой легендарный герой более поздней эпохи рабства – Спартак – также погиб за Свободу, сражаясь со своими римскими работодателями. Эпоха феодализма и азиатского способа производства дала нам сотни примеров крестьянских войн на всех континентах планеты Земля, практически во всех странах, включая Россию. Наиболее опасной для крепостничества была крестьянская война под предводительством Емельяна Пугачева в 1773–1775 гг. Для подавления этого восстания, охватившего Поволжье и Урал, Екатерина II (1729–1796) использовала регулярную армию во главе с генерал-фельдмаршалом А.В. Суворовым.

Эпоха капитализма запечатлена не только в бурном развитии торговли и промышленности, но и в целой цепи, в бурной системе пролетарских революций, в бесчисленных стачках и манифестациях.

Положение человека в антагонистическом классовом обществе противоречиво: оно ставит его перед выбором. Эту мысль гениально выразил Н.А. Некрасов (1821–1878) в поэме «Кому на Руси жить хорошо» [5]:

Средь мира дольного  
Для сердца вольного  
Есть два пути...  
Одна просторная –  
Дорога торная,  
Страстей раба,  
По ней громадная,  
К соблазну жадная  
Идет толпа...  
Другая – тесная  
Дорога, честная,  
По ней идут  
Лишь души сильные,  
Любвеобильные,  
На бой, на труд  
За обойденного,  
За угнетенного –  
Умножь их круг...

Разумеется, на этом втором пути в царской России человеку «судьба готовила путь славный, имя громкое народного заступника, чахотку и Сибирь» [5].

Эту же мысль великолепно выразил В.И. Ленин: «Дворяне дали России Биронов и Аракчеевых, бесчисленное количество пьяных офицеров, забияк, картежных игроков, героев ярмарок, псарей, драчунов, секунов, серальников да прекраснородушных Маниловых. И между ними развились люди 14 декабря, фаланга героев, выкормленных, как Ромул и Рем, молоком дикого зверя. Это какие-то богатыри, выкованные из чистой стали с головы до ног, воины-сподвижники, вышедшие сознательно на явную гибель, чтобы разбудить к новой жизни молодое поколение и очистить детей, рожденных в среде палачества и раболепия.

Чествуя Герцена, мы ясно видим три поколения, три класса действовавшие в русской революции. Сначала – дворяне и помещики, декабристы и Герцен. Узок круг этих революционеров. Страшно далеки они от народа. Но их дело не пропало. Декабристы разбудили Герцена. Герцен развернул революционную агитацию. Ее подхватили, расширили, укрепили, закалили революционеры-разночинцы, на-

чиная с Чернышевского и кончая героями “Народной воли”. Шире стал круг борцов, ближе их связь с народом. “Молодые штурманы будущей бури” — звал их Герцен. Но это не была еще сама буря.

Буря, это — движение самих масс. Пролетариат, единственный до конца революционный класс, встал во главе их и впервые поднял к открытой революционной борьбе миллионы крестьян. Первый натиск бури был в 1905 г.» [6]. Следующий натиск бури произошел в 1917 г.

В России в конце XIX — начало XX в., как отмечалось выше, бурно развивался капитализм. Капитализм выдвинул на сцену истории новую революционную силу — пролетариат. Российская мысль вела в те годы бурную полемику вокруг проблемы будущего развития страны. Либеральная буржуазная мысль призывала признать российскую некультурность и пойти на выучку к европейскому капитализму. Напротив, российская социал-демократическая мысль своей идеологической основой признала марксизм. Эпоха конца XIX — начала XX в. показала, что призрак коммунизма пришел и в Россию. Один из авторитетных свидетелей той эпохи писал: «Сотни марксистов (рабочих и студентов) заполняли тюрьмы и места ссылки Сам воздух в России был перезаряжен революционным электричеством. Зазвучал смелый, яркий голос М. Горького о радости борьбы, о безумстве храбрых. Его голос всех очаровывал, больше — прямо опьянял. Как будто распахнулось запертое окно, и в спертый, душный воздух тюрьмы ворвался свежий, бодрящий морской ветер» [7]. Л.Н. Толстой в романе «Воскресение» повествует: Екатерина Маслова воскрешение души и уход от пошлой жизни в прошлом находит в среде ссыльных политических каторжан, закованных в кандалы и отправляемых в Сибирь. Она остается в Сибири среди политкаторжан и после того, как получила свободу после помилования [8]. В этих условиях глубокий смысл приобретает известное ленин-

ское выражение: Л.Н. Толстой — его мученические поиски смысла жизни — это зеркало русской революции.

Правительство России начало осознавать, что одни репрессивные меры борьбы с нарастающим революционным рабочим движением не эффективны. Предпринимались попытки экономических и социальных реформ С.Ю. Витте (1849—1915), позднее П.А. Столыпиным (1862—1911). Но все эти реформы уже не могли остановить нарастающую бурю революционного движения. Экономическое и социальное положение народа усугубило поражение в войне с Японией в 1904—1905 гг. (людские потери — более четверти миллиона, потеря Южного Сахалина, рост цен на товары народного потребления, громадные расходы на войну, бездарность и авантюризм правительства). Позднее жесткой критике были подвергнуты и реформы П.А. Столыпина. Его аграрная реформа, разрушающая общину, и переселенческая политика сопровождалась репрессиями и казнями. Тысячи крестьян были повешены на придорожных столбах по всей России. Народ их прозвал «стольпинскими галстуками». На всю Россию и весь цивилизованный мир прозвучала статья Л.Н. Толстого «Не могу молчать», опубликованная 4 июля 1908 г. Статья начинается словами: «Семь смертных приговоров: два в Петербурге, один в Москве, два в Пензе, два в Риге. Четыре казни: две в Херсоне, одна в Вильне, одна в Одессе. И это в каждой газете. И это продолжается не неделю, не месяц, не год, а годы» [9]. Заканчивает он статью словами: «Кого же вы так любите? Никого. А кто вас любит? Никто. Вас боятся, как боятся ката — палача или дикого зверя. Вам льстят, потому что в душе презирают вас и ненавидят! И вы это знаете и боитесь людей» [9].

Поражение в русско-японской войне, казалось бы, должно было предостеречь правительство Николая II от военных авантур. 1 августа 1914 г. началась Первая мировая война. Началось падение производства, астрономически выросли

финансовые расходы на войну (один день войны обошелся в 50 млн рублей, а война длилась четыре года), в стране разразился хлебный кризис, началось карточное распределение продуктов, правительство царя компрометировало себя морально. 2 марта 1917 г. царь Николай II отрекся от престола, однако монашеского сана не принял, начал вести светский образ жизни. К власти пришло Временное правительство, началась эпоха хаоса и беспредела. Продолжалась война. Известный антисоветскими взглядами А.И. Солженицын (1918–2008) писал: «В осточертелом головокружении Временное правительство поспешно уничтожало по всей России всякую администрацию и это все сделали не большевики и не инспирировали немцы — это все учинили светлоумные российские либералы» [10].

В этих условиях нашлась одна организованная сила — партия большевиков, которая в результате Великой Октябрьской социалистической революции взяла власть в свои руки. На Всероссийском съезде Советов 24–25 октября 1917 г. было сформировано правительство — Совет народных комиссаров во главе с вождем этой партии В.И. Лениным (1870–1924). Россия первой в мире вступила в эпоху строительства социализма.

#### СССР: ПЕРЕХОД ОТ КАПИТАЛИЗМА К СОЦИАЛИЗМУ

Переход от капиталистического способа производства к социалистическому не мог быть мгновенным актом. Объективно необходим был переходный период, который позволил бы совершить политические и экономические преобразования для утверждения нового общественного строя.

Политически новая советская власть была установлена на большей части России за короткий полугодовой переход: с октября 1917 г. по март 1918 г. Это было триумфальное шествие новой власти, которая перешла в руки советов рабочих и крестьянских депутатов. Высшим

законодательным органом страны стал Всероссийский центральный исполнительный комитет (ВЦИК). Высшим исполнительным органом стал Совет народных комиссаров (СНК). Управление экономикой было передано народным комиссариатам (наркоматам). В короткий период был установлен восьмичасовой рабочий день; школа была отделена от церкви, а церковь от государства, все религиозные конфессии получили равноправие; были уравниены в правах мужчины и женщины; отменены все дореволюционные сословия и чины. Советская политическая система по сути стала общенародной, равной для всех граждан страны. Руководящей силой этой системы являлась партия большевиков.

Экономические условия формирования советской власти в переходный период оказались тяжелыми. Нужно было покончить с войной; 3 марта 1918 г. был подписан Брестский мир с Германией, условия которого были тяжелыми и унижительными для России. Через 9 месяцев грабительский акт перемирия был ликвидирован (это произошло 13 ноября 1918 г.). В переходный период на всех предприятиях и организациях, где использовался наемный труд, был введен рабочий контроль. В декабре 1917 г. был образован единый центр управления экономикой страны — Высший совет народного хозяйства (ВСНХ). Шла конфискация и национализация, т.е. безвозмездное отчуждение собственности буржуазии в пользу государства, рабочих и крестьян. Национализировались банки, крупная промышленность, внешняя торговля. Был принят Закон о социализации земли, по которому земля из частной собственности переходила в общенародную. Крестьяне получили землю из рук нового государства.

Однако дальнейшие экономические преобразования были прерваны Гражданской войной, которую начали российская и международная буржуазия. Российские буржуа и помещики стре-

милось вернуть национализированную собственность опять в частную. Иностранная буржуазия стремилась вернуть свою долю собственности в бывшей российской экономике, но еще более она боялась влияния социалистической революции на международное рабочее движение. В этих условиях в новой России началось формирование Рабоче-крестьянской Красной армии (РККА). Рабочие и крестьяне поддержали новую власть: за короткий период — с лета 1918 г. до конца 1920 г. — в ряды РККА было мобилизовано от 0,5 до 5,5 млн человек. Советская республика стала единым военным лагерем; был создан Совет рабочих и крестьянской обороны во главе с В.И. Лениным.

В условиях гражданской войны государство сосредоточило в своих руках основные трудовые, материальные и финансовые ресурсы в целях обороны страны, была введена военная дисциплина. Для снабжения города и армии была установлена продрозверстка — изъятие у крестьян излишков хлеба и фуража. Разумеется, в чрезвычайных условиях военного времени происходили перегибы в форме конфискации не только излишков, но и части необходимого продукта крестьян. Рождались утопические иллюзии отмены денег. В реальной жизни инфляция приобрела фантастические размеры. В связи с этим стал процветать натуральный обмен. Распределение продуктов осуществлялось по карточкам.

После окончания Гражданской войны в 1920 г. на страну обрушилась новая беда: в 1921–1922 гг. в Россию пришел голод, вызванный засухой в Поволжье. В стране складывалась тяжелейшая экономическая ситуация: в деревне и городе начались выступления крестьян и рабочих, недовольных экономическим положением в стране.

В марте 1921 г. X съезд РКП(б) принял решение о начале новой экономической политики. Эта политика включала замену продрозверстки продналогом, который был установлен на уровне 10% урожая, и про-

ведение денежной реформы. Поощрялись кооперация, аренда, концессии и, главное, торговля. После 1922 г. начался период признания Советской республики многими странами мира (Германией, США, Англией). Зарубежные фирмы в силу конкурентной борьбы теперь стали предлагать свои услуги первой социалистической стране. Все это дало возможность восстановить денежную оплату труда, создать устойчивую денежную систему на основе золотого стандарта. В 1922 г. в обращение вошла новая советская валюта — червонец, равный дореволюционной золотой десятирублевой монете (7,74 г чистого золота). В этом же году были созданы фондовые биржи и проведена налоговая реформа, по которой источником доходов государственного бюджета стали не налоги с населения, а отчисления от прибыли предприятий. Так постепенно, но упорно страна уходила от эпохи военного коммунизма и формировалась новая государственно регулируемая рыночная экономика на новой социалистической основе. Впервые в истории новая советская власть в течение нескольких лет (точнее, почти десять лет) экспериментировала с натуральным обменом и рыночной экономикой (НЭП), предприняла попытки создать аппарат централизованного планирования и эффективный аппарат управления народным хозяйством.

Переходный период завершился. Это отразилось и на результатах экономического развития страны. Известный российский экономист С. Меншиков писал: «В послереволюционное время на восстановление предвоенного уровня внутреннего валового продукта (ВВП), если исключить три года Гражданской войны (1918–1920 гг.), понадобилось девять лет. Уже в 1929 г., по достаточно объективным данным западных статистиков, он достиг 102,6% ВВП 1913 г. В течение последующего десятилетия (1929–1939 гг.), по тем же данным, среднегодовой темп прироста составлял 6,1%. В 1939 г. ВВП СССР превышал уровень 1913 г. на 85%.

Между тем в 2000 г., т.е. через девять лет после начала активных рыночных реформ, ВВП России достигал лишь 55% дореформенного пика (1990 г.). Контраст с темпами восстановления в 1920-х гг. значительный. Неужели преобразовать социализм в капитализм труднее, чем наоборот? Если верно, что, как утверждают многие, рыночная экономика более естественна, чем искусственно насажденный социализм, то, казалось бы, все должно быть иначе. Или же справедливо другое, а именно что наследие социализма преодолеть намного труднее, потому что он тоже естественен в современном обществе?» [11]. Ответим на этот вопрос положительно и рассмотрим теоретические и практические аспекты основ реального социализма после эпохи переходного периода.

#### СССР: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СОЦИАЛИСТИЧЕСКОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ

Период с начала 30-х гг. до середины 80-х гг. XX в. можно определить как эпоху социалистической цивилизации в СССР. Разумеется, этот период был динамичен в своем развитии, и поэтому его нельзя рассматривать только в статике, ибо и эта эпоха строительства социализма в СССР по своему характеру динамична. И в этой эпохе мы находим взлеты экономического и социального развития и периоды неудач и даже прямых отступлений от принципиальных основ социализма. При всем этом именно данный период дает возможность выявить основные закономерности развития новой советской, социалистической цивилизации. К середине 1930-х гг. в СССР сложилась централизованно регулируемая экономическая система. Была отменена карточная система на все продовольственные, а затем и на все прочие товары. Были введены единые цены на промышленные и продовольственные товары, которые были несколько выше прежних нормированных, но значительно ниже рыночных. Так, если в 1933 г. нормированная цена

за 1 кг хлеба была 60 копеек, а рыночная — 3 рубля, то теперь единая цена была равна 1 рублю. На питание рабочие тратили примерно 65% своей зарплаты. Расходы на жилищно-коммунальные услуги были незначительны, а по современным меркам ничтожно малы.

С 1929 г. в стране началась коллективизация сельского хозяйства. Основной ее формой стали сельскохозяйственные артели, которые позднее получили официальное название — коллективные хозяйства (колхозы). Одновременно создавались и получили развитие советские хозяйства (совхозы), принадлежащие государству. Процесс кооперирования крестьян в России сопровождался ожесточенной классовой борьбой, которая приняла форму раскулачивания, т.е. ликвидации буржуазного класса в деревне, основанного на использовании наемного труда батраков — сельских наемных работников. Разумеется, это была коренная ломка всей старой экономической системы в деревне, а потому она была не лишена всякого рода перегибов. Тем не менее колхозная система позволила государству гарантированно осуществлять заготовку зерна, которая составляла примерно 1/3 валового сбора зерна.

Очевидным успехом СССР стала индустриализация. За 1929—1941 гг. было создано почти 9 тыс. крупных промышленных предприятий. Ежегодно вводилось в строй 600—700 новых предприятий. Создание новой индустрии сопровождалось невиданным ранее энтузиазмом рабочего класса, которое выражалось в форме ударничества и стахановского движения.

Индустриализация двух пятилеток и последующих двух лет в период Великой Отечественной войны выдержала смертельный натиск двухсотлетней индустриальной мощи всей Европы и вышла победительницей: СССР разгромил громадную гитлеровскую индустриальную машину и вышел победителем. В этом заключен исторический ответ тем злопыхателям, кто в те годы клеветал и охаивал

коллективизацию и индустриализацию в СССР; это исторический ответ тем, кто в наши дни оскверняет эти социально-экономические процессы того периода. В условиях существования одной социалистической страны, окруженной капиталистическим миром, экономика СССР могла быть только государственно регулируемой, которую враги социализма презрительно именуют тоталитарной. В создании этой формы экономики проявилась историческая мудрость руководителей СССР в те 30-е гг. прошлого века. В послевоенный период возникла объективная необходимость экономических реформ, однако руководители СССР 1960-х и 1970-х гг. не обладали той мудростью, которая была свойственна руководителям довоенной эпохи. Более того, экономические реформы в конце 80-х гг. XX в. проводили прямые противники социализма.

Обобщая исторический путь, который прошел СССР с 30-х гг. до периода второй половины 80-х гг. прошлого столетия, можно сделать следующие практические и теоретические выводы.

*Во-первых*, исторически доказано реальное существование общества, основанного на общественной форме собственности. Сам термин «социализм» происходит от латинского *socialis* – общественный. При этом общественная собственность была господствующей не в рамках общины, а в пределах громадной страны. Коллективистская идея, лежащая в основе христианского и мусульманского самосознания, получила теперь реальную жизнь.

*Во-вторых*, преобладающая общественная собственность сосуществовала с коллективной и личной собственностью граждан. В реальном социализме, таким образом, существовал полиморфизм (от греч. *poly* – много и *morphe* – форма) – многообразие форм собственности. В современных условиях Китайская Народная Республика эти отношения собственности расширила и углубила.

*В-третьих*, социализм в СССР реально доказал возможность планового веде-

ния хозяйства на основе государственного регулирования, что исключает три социально-экономических болезни капиталистического общества – кризисы, безработицу и инфляцию. Ярким подтверждением этого тезиса является бурно растущая экономика современного Китая в условиях мирового глобального кризиса в период после 2008 г.

*В-четвертых*, социализм в СССР реально доказал возможность бесплатного образования, здравоохранения и других социальных услуг за счет общественных фондов потребления. Излишне говорить о том, что это давало доступ к образованию и науке всем слоям населения, включая широкие массы рабочих и крестьян, это давало всему народу доступ к медицинским услугам. Социальную значимость этих возможностей трудно переоценить. Нищее, безграмотное население царской России превратилось в одну из самых образованнейших наций в мире. Мы имели самую читающую страну в мире. По данным переписи населения 1989 г. в СССР было 99,8% грамотного населения [12]. В средних специальных учебных заведениях в 1989 г. обучалось более 768 тыс. человек [12]. На 10 тыс. населения в 1989/90 учебном году приходилось 193 студента [12]. Годовой тираж журналов и других периодических изданий на 1 тыс. населения в 1990 г. составлял 33 766 экземпляров. На 1 тыс. населения приходилось в тот период 45 врачей [12] и 125 человек среднего медицинского персонала [12]. На науку расходы федерального бюджета составляли 3,87%, в стране было 4646 научных организаций [12], в которых трудились почти 2 млн работников [12].

*В-пятых*, основой новых социально-экономических отношений между членами общества стали коллективизм, а не индивидуализм, дружба народов, а не национализм, здоровый, трудовой образ быта и жизни, исключающий эксплуатацию человека человеком, тунеядство, воровство и другие свойства человека, по-

рождаемые частной формой собственности. Началось формирование общества гуманной цивилизации.

*В-шестых*, социализм в СССР породил новое социальное явление – трудовую активность населения, ярко проявившую себя в годы индустриализации на новостройках, в суровые годы Великой Отечественной войны. Четыре миллиона комсомольцев на Всесоюзных ударных стройках, более 3,5 млн комсомольцев, воевавших на фронтах Великой Отечественной войны, были награждены орденами и медалями. Не «косили» от армии и труда, а рвались на боевые и трудовые подвиги комсомольцы тех лет. Эти люди прожили окрыленную юность, вдохновенную не эгоизмом, не наживой, а благополучием страны.

*В-седьмых*, социализм впервые в истории породил чувство социальной справедливости в распределении доходов. Реализуя принцип «Каждому по труду!», СССР предпринял реальную попытку сформировать справедливую оплату труда. В 1953 г. заработная плата рабочих колебалась от 800 до 3000 рублей. Шахтеры и металлурги получали до 8000 рублей. Секретарь райкома КПСС получал 1500 рублей, зарплата профессоров и академиков колебалась в пределах 5–10 тыс. рублей. Между тем автомобиль «Москвич» стоил 9000 рублей, хлеб черный – 1 рубль за килограмм, мясо говядины – 12,5 рубля за килограмм, рыба судак – 8,3 рубля и т.д. Соотношение доходов 10% наиболее и наименее обеспеченного населения составляло 4,4 : 1 [12]. В современной России 1% населения владеет 80% богатств [13]. Следовательно, 99% населения России имеют всего 20% богатств. Коэффициент фондов уже не 4,4, а 16,4 [14]. В обществе возник дефицит справедливости [13]. Нынешнюю ситуацию в России Е. Гонтмахер сравнивает с Индией 150-летней давности, когда Махарадже принадлежало 90% богатств его княжества. Мы близки к такому состоянию [13]. В США богатые отдают государству до 85% своих доходов, у нас все платят по 13% [15].

*В-восьмых*, за период социализма СССР превратился в мощную военно-индустриальную державу. С 1946 г. в стране были развернуты работы по атомному оружию и энергетике, по ракетной технике, по автоматизации технологических процессов, по внедрению новейшей вычислительной техники и электроники, по космическим полетам, по газификации страны, по бытовой технике и т.д. В СССР на науку и НИОКР тратили 5% ВВП [15]. Ныне по расходам на НИОКР мы отстаем от США в 17 раз, от ЕС – в 12 раз, от Китая и Японии – в 6,4 раза, от Индии – 1,5 раза [15]. Бюджетные ассигнования на НИОКР в России составляют 0,9% ВВП [15].

*В-девятых*, в условиях социализма, как показал исторический опыт 70 лет, население страны (в том числе России) росло. В 1914 г. население России в современных границах составляло 89,9 млн человек, в 1917 г. – 91 млн человек, в 1920 г. – 88,2 млн человек, в 1926 г. – 92,7 млн человек, в 1937 г. – 103,9 млн человек, в 1940 г. – 110,1 млн человек, в 1951 г. – 102,9 млн человек, в 1956 г. – 112,3 млн человек, в 1961 г. – 120,8 млн человек, в 1966 г. – 127,2 млн человека, в 1970 г. – 130,1 млн человек, в 1976 г. – 134,7 млн человек, в 1981 г. – 139,0 млн человек, в 1990 г. – 148,0 млн человек [12]. После 1993 г. население России стало сокращаться и на 1 января 2013 г. составило 143,3 млн человек [14]. Если исключить потери в Великой Отечественной войне, то рост населения в социалистической России был весьма динамичным.

Потери в Великой Отечественной войне составили примерно 26 млн человек, из них примерно 18 млн составили потери мирного населения, расстрелянного немецкими и отечественными полициями. Разумеется, Германия не несла потери мирного населения в силу гуманизма и человечности Красной армии. Поэтому потери СССР и Германии в годы войны не сравнимы по характеру потерь людских ресурсов. Поражает другое: если бы 18 млн советских людей, погибших

от рук изменников и полицейев, знали, что в новой России понятие «милиционер» заменили понятием «полицай» или «полицейский»?! Слишком трагична и одиозна память о тех, кто был полицейским в дореволюционной России и в фашистской Германии. Для кого в современной России приятна память о полицейских?!

*В-десятых*, социализм в первой социалистической стране за годы своего функционирования оказал громадное влияние на всю мировую систему. Формы этого влияния были многообразны. Еще до Второй мировой войны социализм породил невиданную ранее социальную реакцию в капиталистических странах: появились защита и обеспечение прав наемных работников в повышении уровня жизни и социального статуса. Эти страны теперь вынуждены были вводить пособия по безработице, социальную помощь в образовании, здравоохранении, гарантировать некоторое участие в политической и культурной жизни, поощрять систему человеческих отношений. Американский «странный» экономист Торстейн Веблен (1857–1929) публикует свою знаменитую книгу «Теория праздного класса», в которой подверг резкой критике показное потребление буржуазного класса. Американский психолог Абрахам Маслоу (1908–1970) создает свою знаменитую пирамиду человеческих потребностей. Позднее ООН начинает ежегодно публиковать Доклад о развитии человека, в котором публикуется индекс развития человеческого потенциала.

После Великой Отечественной войны сложилась мировая социалистическая система, основным звеном в которой стал СССР.

Даже в 1990-е гг. капиталистические менеджеры признавали влияние социалистической системы хозяйства на их предпринимательскую деятельность. Широко известен такой факт: в 1991 г. на советско-американском симпозиуме российские либералы восторгались японским экономическим чудом. В ответ на их восторги японский миллиардер Хероси Теравама ответил:

«Вы не говорите об основном, о вашей первенствующей роли в мире. В 1939 году вы, русские, были умными, а мы, японцы, дураками. В 1949 году вы стали еще умнее, а мы были пока дураками. А в 1955 году мы помнели, а вы превратились в пятилетних детей. Вся наша экономическая система практически полностью скопирована с вашей. Мы более 15% роста никогда не достигали, а вы же при общественной собственности на средства производства достигали 30% и более. Во всех наших фирмах висят ваши лозунги сталинской поры» [16].

#### КРУШЕНИЕ СОЦИАЛИЗМА В СССР

Историки приписывают Джоржу Байрону пророческую мысль: «Тысячи лет едва достаточно, чтобы создать государство; одного часа довольно, чтобы оно развеялось в прах». Эта мысль гениального поэта и мыслителя целиком применима и к судьбе социализма в СССР.

Первыми подступами и своеобразным прологом к крушению социализма в СССР явилась эпоха, когда руководителем страны стал Н.С. Хрущев (1894–1971). Его желание быстрее догнать и перегнать США вело к авантюризму в сельском хозяйстве: кукурузная кампания, ликвидация МТС и продажа техники колхозам, укрупнение и слияние колхозов, преобразование колхозов в совхозы, ликвидация неперспективных деревень, перестройка системы управления сельским хозяйством, а затем и всей экономики страны, децентрализация, создание территориальных советов народного хозяйства (совнархозы). В результате всех этих экспериментов экономическое положение в стране ухудшилось. Началась инфляция, а в след за ней — денежная реформа, приостановка выплат по государственным займам. Третья Программа партии, принятая XXII съездом КПСС в октябре 1961 г., несла в себе черты прямого утопизма, волюнтаризма и непродуманных экономических решений. В об-

ласти внешней политики также осуществлен ряд непродуманных решений.

Непосредственной причиной крушения социализма в СССР явилась экономическая политика партии и государства, когда руководителем страны стал М.С. Горбачев. Наступила так называемая эпоха перестройки, начатая в 1985 г. В 1990 г. была предпринята попытка перехода к нерегулируемым рыночным отношениям. В этом же году появилась Программа 500 дней, которая прямо восстанавливала частную собственность на все средства производства, в том числе и на землю. Закон 1990 г. о крестьянском (фермерском) хозяйстве и Закон о земельной реформе прямо вели к полной ликвидации колхозов и совхозов. В стране начались дезинтеграционные процессы и прямые межнациональные конфликты.

Под предлогом мирного сосуществования двух систем М.С. Горбачев пошел на ликвидацию Варшавского договора, что привело к устранению и крушению социализма в странах восточной Европы. Между тем блок НАТО существует и ныне; более того, он увеличил свое могущество и влияние.

8 декабря 1991 г. руководители трех республик — Б. Ельцин от имени России, Л. Кравчук от имени Украины и С. Шуш-

кевич от имени Белоруссии — подписали Беловежское соглашение, которое денонсировало Союзный договор 1922 г. Факт распада СССР как единого государства состоялся. Предательская политика М.С. Горбачева проявилась наиболее откровенно в экономике. Указанные выше экономические решения привели к легализации теневой экономики, к созданию организованной преступности. Эти ревизионистские решения превратили директоров предприятий в капиталистов. Банкиры начали отмывать свои доходы. Пошел бурный процесс сосредоточения капитала в руках новой буржуазии за счет расхищения общественной собственности. Это означало — экономически в Россию пришел капиталистический способ производства.

Разгром российского советского парламента российскими либералами во главе с Б.Н. Ельциным в декабре 1991 г. ознаменовал политическое крушение СССР. Россия вновь вступила в эпоху капитализма и экономически, и политически.

Социализм сохранил свою социально-экономическую систему и уверенно укрепляет свое могущество в Азии и Латинской Америке. Социалистический Китай становится самой могущественной державой современного мира на планете Земля.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Тимошина Т.М. *Экономическая история России*. М.: Юстицинформ, 2000.
2. Ленин В.И. *Развитие капитализма в России. Полное собрание сочинений*. М.: Госполитиздат, 1958. Т. 3.
3. Ленин В.И. *Полное собрание сочинений*. Т. 3.
4. Ленин В.И. *Империализм как высшая стадия капитализма. Полное собрание сочинений*. М.: Госполитиздат, 1962. Т. 27.
5. Некрасов Н.А. *Избранное*. М.: Гос. изд-во худ. лит-ры, 1950.
6. Ленин В.И. *Памяти Герцена. Полное собрание сочинений*. Т. 21.
7. Вересаев В.В. *Собрание сочинений: в 4 томах*. М.: Правда, 1985. Т. 3.
8. Толстой Л.Н. *Собрание сочинений: в двадцати двух томах*. М.: Художественная ли-
9. Толстой Л.Н. *Не могу молчать // Полное собрание сочинений в 90 томах*. М.: Гос. изд-во худ. лит-ры, 1956. Т. 37.
10. Солженицын А. *Размышления над февральской революцией // Российская газета*. 2007. 27 февраля.
11. Меньшиков С. *Анатомия Российского капитализма*. М.: Междунар. отн., 2004.
12. *Российский статистический ежегодник*. Госкомстат России. М.: Логос, 1996.
13. Гонтмахер Е. *Дефицит справедливости // Прямые инвестиции*. 2013. № 9.
14. *Россия в цифрах*. М.: Росстат, 2013.
15. Долгов К. *Истина, добро, красота // Прямые инвестиции*. 2013. № 9.
16. Голик С. *Сталинский прорыв // Улики*. 2013. 24 октября. № 10 (51).

ДЖОВАННИ ТОНИНИ

**ОБМЕН ТУРИСТАМИ МЕЖДУ  
ИТАЛИЕЙ И РОССИЕЙ**

*Анализируются статистические показатели рынка международного туризма в контексте обмена туристами между Италией и Россией.*

*Ключевые слова: международный туризм, обмен туристами, туристский спрос, специализация турпродукта.*

*The article analyzes the statistics of international tourism market in the context of the exchange of tourists between Italy and Russia.*

*Key words: international tourism, exchange of tourists, tourist demand, specialization of products.*

Российский рынок международного туризма быстро растет, в основном это касается сегмента выездного туризма. Этот феномен затрагивает различные европейские (в частности, Италию) и неевропейские страны.

В центре внимания данного документа — обмен туристами между Италией и Российской Федерацией (далее — Россия) на основе данных, предоставленных важнейшим исследованием по международному туризму Италии<sup>1</sup>. Более подробно в данном документе будут проанализированы количество и динамика путешественников, ночевок и расходов российских туристов в Италии и такие же данные об итальянских туристах в России с 2007 по 2011 г.

Для этой цели будут использоваться соответствующие статистические показатели, которые позволят обнаружить характеристики анализируемого феномена. Эти показатели будут полезны для оцен-

ки склонности к путешествиям из обеих стран и в эти страны, а также оценки темпа роста туристских потоков, общей продолжительности пребывания и ежедневных затрат на человека.

Результаты исследования по туризму в Италию и Россию и из этих стран предоставляют статистическую информацию, полезную для планирования и, насколько возможно, для контроля туристских потоков из соответствующих стран и в них, а также для направления усилий и поддержки двусторонних программ в области высшего образования, когда персонал проходит обучение планированию и управлению.

В указанном документе мы сначала проанализируем количество путешественников, темпы роста туристов, а также склонность к путешествиям населения двух стран. Затем рассмотрим количество ночевок и общую продолжительность пребывания и в заключение проанализируем расходы туристов, т.е. общую сумму расходов, а также дневные расходы и расходы на человека.

**РОССИЙСКИЕ  
ПУТЕШЕСТВЕННИКИ  
В ИТАЛИИ И ИТАЛЬЯНСКИЕ  
ПУТЕШЕСТВЕННИКИ В РОССИИ**

В 2011 г. в соответствии с последними имеющимися данными количество рос-

© Тонини Дж., 2013

<sup>1</sup> Выборочное исследование международного туризма в Италии проведено Банком Италии. В нем учтены различные переменные, среди которых количество путешественников, количество ночевок и расходы итальянских туристов за границей (также и в России) и иностранцев (включая российских туристов) в Италии. Более подробная информация на веб-сайте: [http://www.bancaditalia.it/statistiche/rapp\\_estero/turismo-int](http://www.bancaditalia.it/statistiche/rapp_estero/turismo-int)

сийских путешественников в Италии составляло около 793 тыс. (табл. 1), т.е. гораздо больше, чем итальянских туристов в России (246 тыс.). Другими словами, на каждого итальянского туриста, который в 2011 г. посещал Россию, приходилось более трех российских туристов (3,22), посещавших Италию. Это означает, что рынок российских туристов очень важен для Италии, тогда как рынок итальянских туристов почти не используется в России.

Тем не менее абсолютные значения не полностью и не точно объясняют рассматриваемый феномен. На самом деле, они зависят от численности населения,

образующего туристские потоки, так как выясняется (при том, что все остальные условия одинаковы), что чем больше численность населения страны, тем большее количество туристов из этой страны выезжают за границу. Также верно обратное утверждение.

Таким образом, чтобы численность населения не оказывала искажающего воздействия на данные, необходимо рассчитать коэффициент отклонения, который позволяет измерить, хотя и в общем, склонность к путешествиям в Италию и Россию россиян и итальянцев соответственно.

*Таблица 1*

**Число российских путешественников в Италии и итальянских путешественников в России (2007–2011 г.)**

Показатель	Год				
	2007	2008	2009	2010	2011
1. Российские туристы в Италии, тыс. чел.	305	438	461	649	<b>793</b>
Российские туристы на 1000 жителей, Показатель (2007 г. – 100)	2,15	3,09	3,25	4,58	<b>5,59</b>
	100,00	143,61	151,15	212,79	<b>260,00</b>
2. Итальянские туристы в России, тыс. чел.	182	191	198	216	<b>246</b>
Итальянские туристы на 1000 жителей, Показатель (2007 г. – 100)	3,08	3,20	3,30	3,58	<b>4,06</b>
	100,00	104,95	108,79	118,68	135,16
3. Соотношение между российскими и итальянскими туристами, %: (3) = (1) / (2) · 100	167,58	229,32	232,83	300,46	<b>322,36</b>

*Источник:* Наша обработка данных исследования Банка Италии (2012 г.).

В этом случае склонность россиян к путешествиям в Италию также значительно выше, чем склонность итальянцев к путешествиям в Россию. На самом деле, в расчете на 1000 жителей каждой страны, число россиян, посетивших Италию в 2011 г., составило 5,59 по сравнению с 4,06 итальянцев, посетивших Россию. Разница составляет 1,53 единицы на 1000 человек населения (+37,68%).

Сегмент россиян, выезжающих за границу, несомненно, превышает сегмент итальянцев в отношении не только абсолютной численности путешественников и их склонности к путешествиям, но и динамики путешествий, доказатель-

ством которой является растущий показатель за последние пять лет. На самом деле, как следует из показателей, приведенных в табл. 1, с 2007 по 2011 г. был отмечен резкий рост (+160%, т.е. больше чем в 4,5 раза) числа российских путешественников в Италию, а рост потока итальянских туристов в Россию был гораздо меньше и оставался чуть выше +35%.

**КОЛИЧЕСТВО НОЧЕВОК  
РОССИЙСКИХ ТУРИСТОВ  
В ИТАЛИИ И ИТАЛЬЯНСКИХ  
ТУРИСТОВ В РОССИИ**

По сравнению с числом путешественников количество ночевек является более

точным показателем туристского спроса в физическом выражении, так как в них учитывается и число путешественников, и продолжительность их пребывания.

В 2011 г. количество ночевок российских туристов в Италии составило 6,38 млн по сравнению с 2,49 млн ночевок итальянских туристов в России (табл. 2).

Таблица 2

**Количество ночевок российских туристов в Италии и итальянских туристов в России (2007–2011 гг.)**

Показатель	Год				
	2007	2008	2009	2010	2011
1. Количество ночевок российских туристов в Италии, тыс.	3,297	3,702	3,594	4,296	<b>6,375</b>
Средняя продолжительность пребывания российских туристов	10,81	8,45	7,80	6,62	<b>8,04</b>
Показатель (2007 г. – 100)	100,00	112,28	109,01	130,30	<b>193,36</b>
2. Количество ночевок итальянских туристов в России, тыс.	2,097	1,691	1,749	1,953	<b>2,492</b>
Средняя продолжительность пребывания итальянских туристов	11,52	8,85	8,83	9,04	<b>10,13</b>
Показатель (2007 г. – 100)	100,00	80,64	83,40	93,13	<b>118,84</b>
3. Соотношение ночевок российских и итальянских туристов, %: (3) = (1) / (2) · 100	157,22	218,92	205,49	219,97	<b>255,82</b>

*Источник:* Наша обработка данных исследования Банка Италии (2012 г.).

Следовательно, количество ночевок россиян превысило количество ночевок итальянцев более чем в 2,5 раза. Это довольно важный показатель, хотя он и ниже отмеченного ранее в отношении числа путешественников.

Отсюда следует, что средняя продолжительность пребывания российских туристов в Италии оказалась ниже средней продолжительности пребывания итальянцев в России и составила 8 ночей (для россиян) и 10 ночей (для итальянцев) на одного путешественника. Эти показатели все же выше полученных из других источников и основываются на том факте, что для исследования использовались счета на любые виды жилья, включая дома отдыха, продолжительность пребывания в которых обычно больше.

Более того, количество ночевок значительно увеличилось с 2007 по 2011 г.,

хотя и не так значительно, как количество путешественников. В любом случае этот рост был значительнее в отношении российских туристов. На самом деле, как видно из табл. 2, увеличение количества ночевок российских туристов в Италии составило более 93% (по сравнению с увеличением количества путешественников в размере 160%), тогда как увеличение количества ночевок итальянцев в России было менее 19% (по сравнению с увеличением количества путешественников в размере 35%).

В конечном счете меньше итальянских путешественников в среднем остаются в России на более долгий срок, чем российских путешественников в Италии. Среди прочего причиной этого может быть тот факт, что итальянцы, в отличие от россиян, предпочитают более дешевое жилье, в котором они могут оставаться на более длительный срок.

**РАСХОДЫ ТУРИСТОВ:  
РОССИЙСКИХ В ИТАЛИИ,  
ИТАЛЬЯНСКИХ В РОССИИ**

Хорошо известно, что российские туристы, выезжающие за границу, — довольно богатые люди, и для Италии это не исключение. В 2011 г. расходы путешественников из России на товары и туристские услуги составили 925 млн евро, что соответствует расходам на одного человека в размере 1 150 евро (1 166,46 евро), т.е. более 145 евро на человека в день (табл. 3).

Полученные значения определенно выше соответствующих значений в отношении итальянских гостей в России. Эти

различия возникают не только как абсолютное значение, как ожидалось, но и в относительном выражении, потому что расходы итальянских туристов, приезжающих в Россию, составили менее 1,033 евро на человека, а расходы в день на товары и туристские услуги составили менее 102 евро на человека.

Приведенные выше данные отражают действительно существенные различия, подчеркивая более высокую покупательскую способность российских путешественников и их предпочтение путешествий класса люкс.

*Таблица 3*

**Расходы российских туристов в Италии и итальянских туристов в России (2007–2011 г.)**

Показатель	Год				
	2007	2008	2009	2010	2011
1. Расходы российских туристов в Италии, млн евро	378	567	623	830	<b>925</b>
Расходы российских туристов на человека, евро	1239,34	1294,52	1351,41	1278,89	<b>1166,46</b>
Ежедневные расходы на человека, евро	114,65	153,16	173,34	193,20	<b>145,10</b>
Показатель (2007 г. — 100)	100,00	150,00	164,81	219,58	<b>244,71</b>
2. Расходы итальянских туристов в России, млн евро	218	238	202	219	<b>254</b>
Расходы итальянских туристов на человека	1197,80	1246,07	1020,20	1013,89	<b>1032,52</b>
Ежедневные расходы на человека	103,96	140,75	115,49	112,14	<b>101,93</b>
Показатель (2007 г. — 100)	100,00	109,17	92,66	100,46	<b>116,51</b>
3. Соотношение между расходами российских и итальянских туристов, %: (3) = (1) / (2) · 100	173,39	238,24	308,42	379,00	<b>364,17</b>

*Источник:* Наша обработка данных исследования Банка Италии (2012 г.).

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Потоки туристов из России в Италию значительно больше и динамичнее, чем потоки туристов из Италии в Россию. Итальянцам трудно создавать спрос на международный туризм, по крайней мере в такие страны, как Россия, в то время как Россия может создать более высо-

кую склонность к путешествиям за границу, в особенности это касается богатых нуворишей.

В конечном счете путешествие за границу, в частности на модные туристские курорты, включая курорты в Италии, — это все еще символ статуса как для нуворишей, так и для влиятельных

лиц прошлого, в последнее время также для представителей среднего класса.

Несмотря на высокий потенциал туристского спроса в России на путешествия в Италию и наоборот, привычки в отношении путешествий, мотивы, динамика расходов и предпочтения мест назначения, предпочитаемых туристами в этих двух странах, все еще изучаются. Для подробной и точной картины не хватает информации о спросе, т.е. привычках, потребностях и вкусах туристов, без которых успешное планирование и инициатива стратегического продвижения невозможны. Инициатива по пополнению такой информации имеет целью увеличение доли рынка российских туристов в Италии и рынка итальянских

туристов в России и укрепление схем лояльности потребителей. Для этого более высокая степень специализации итальянских / российских туристских продуктов и параллельный поиск новых продуктов или их смешение являются ключевыми, так же как и программы в области высшего образования туристов.

В конце концов, бесполезно говорить, что обязательная въездная виза (получение которой должно быть максимально простым) тормозит развитие туристского рынка между Италией и Россией. Мы должны способствовать более легкому получению виз или, что еще лучше, полностью отменить их, в интересах обмена туристами между двумя этими странами.

#### ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Алгиери Б. Эконометрическая оценка спроса на туризм на примере России // Экономика туризма (An econometric estimation of the demand for tourism: The case of Russia. *Tourism Economics*). 2006. № 12.

2. Беднова М., Ратникова Т. Эконометрический анализ спроса на въездной туризм в России // Прикладная эконометрика. 2011. № 21(1).

3. ВИЗА (VISA). Россия: взгляд на развитие туристической отрасли // *Tourism Outlook: Russia*. 2011.

4. Фурманов К., Балаева О., Предводителева М. Туристические потоки из Российской Федерации в Европейский союз. (Tourism flows from the Russian Federation to the European Union.) // *Анатolia: Международный журнал исследований в области туризма и гостеприимства (Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research)*. 2012. № 23(1).

5. Хилтон Уорлдуайд (Hilton Worldwide). Уравновешивание дефицита туризма в России. Отчет о будущем индустрии (Balancing Russia's tourism deficit: A report on the future of the industry). 2012.

6. Becheri E., Guraziu E. *Immagine e competitività. L'outgoing verso l'Italia: alcune valutazioni qualitative*. Mercury, Firenze, 2011.

7. Caramaschi E., Rana A., Scarcella S. *Il posizionamento dell'Italia nel contesto internazionale e nell'UE*. Mercury, Firenze, 2012.

8. ENIT Mosca. *Mercato turistico russo*. (2012, a cura di)

9. ISNART-Istituto Nazionale Ricerche Turistiche, ONT-Osservatorio Nazionale del Turismo. *Indagine sul turismo organizzato internazionale. Rapporto annuale*. (2011, a cura di). URL: [http://www.assolombarda.it/fs/2011728115736\\_57.pdf](http://www.assolombarda.it/fs/2011728115736_57.pdf)

10. Ministero degli Affari Esteri, ENIT. *Federazione Russa. Rapporto congiunto Ambasciate. Consolati*. 2012. URL: [http://www.esteri.it/MAE/pdf\\_paesi/EUROPA/Federazione\\_Russa.pdf](http://www.esteri.it/MAE/pdf_paesi/EUROPA/Federazione_Russa.pdf)

11. ONT-Osservatorio Nazionale del Turismo. *Schede mercato Russia*. 2011. URL: <http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/files/Russia.pdf>

12. Santoro M.T. *I mercati BRIC*. Mercury, Firenze, 2010.

УДК 338.488.1

Н.В. СКОРОБОГАТОВА, В.Н. НИКОЛАЕНКО

## МЕНЕДЖМЕНТ ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ПРОБЛЕМА ПОДГОТОВКИ КАДРОВ

*Рассматриваются противоречия, определяющие развитие системы «транспорт – туризм». Показана роль транспортного туризма в снятии данных противоречий в качестве фактора социальной адаптации транспортной техники и основного функционала учебной дисциплины «Менеджмент транспортных услуг в сфере туризма». Ключевые слова: транспорт, транспортный туризм, социальная адаптация техники, гуманизация транспорта, сервисная трансформация, профессиональное туристское образование.*

*In this article considering contradictions that develop system «transport – tourism». Social role is shown in adaptation between transport technique and main functional in «Transport management in tourism».*

*Key words: transport, transport tourism, social technique adaptation, transport humanization, service transformation, tourism professional tourism.*

В данной статье менеджмент транспортных услуг в сфере туризма будет рассмотрен в двух взаимосвязанных «ипостасях»: (1) как специфическая синтетическая составляющая профессиональной деятельности по организации пассажиро-туристских перевозок, особенной формой которых выступают транспортные туры, и (2) как предметная сфера обучения, генеративно связанная с (1) в «профессиональном туристском образовательном пространстве» – синергетическом поле, в котором синтезируются данные функциональные пространства [1].

■ Каждая победа в борьбе с пространством и возрастание роли транспорта как катализатора сжатия географического пространства через увеличение скорости, дальности, объемов перевозки были не просто технико-технологическим прорывом, вызванным созданием радикально новых средств перемещения, но

системным процессом инфраструктурного, институционального и сервисного самодостраивания. Как некогда сказал философ Гегель, нечто появляется тогда, когда его еще нет – движимый предпринимательской инициативной, вовлекающий новые территории, капитал, технологии и кадры, этот процесс формообразуется в определенные транспортные отрасли и инфраструктуры, дающие обществу новые спектры технических, технологических и социокультурных сервисов, в том числе и туристского назначения.

Надеемся, что мы не исказили историческую динамику данного процесса и можем утверждать, что развитие туризма и институтов гостеприимства шло вслед за развитием транспорта. Именно «шло вслед», но отнюдь не по логике отношений «первичного и вторичного», а в виде отношений генетической и функциональной асимметрии, исторически и в современный период нагруженной противоречиями и их «снятиями», вызванными встречным процессом социальной адаптации транспортной техники, раз-

вивающим систему «транспорт—туризм». Так, с появлением удобных технических средств пассажирских перевозок на железных дорогах и водном транспорте толчок для развития получил и туризм — он стал организованным и востребованным. У истоков этого сдвига стояли Дж. Гальяни, Т. Кук и «Америкэн экспресс» (тогда туристов именовали участниками поездки [2]). Автомобильные поездки способствовали, благодаря А. Хайнеману, возникновению и развитию мотельного бизнеса, а через «драйв-ин» Дж.У. Марриотта — систем быстрого питания.

Эти и аналогичные феномены-прецеденты не остались только в анналах совместной истории транспорта, туризма и гостеприимства, они являют собой развивающиеся образцы организации туристской и сервисной деятельности и в современный период, имеющих существенные черты массового дифференцированного туризма с приоритетной ориентацией на потребителя («постфордизм»). Так, квинтэссенция гостеприимства, сформулированная одним из пионеров современного гостиничного дела Э. Статлером в 30-х гг. XX в. как максима (предельная идеализация) «Клиент всегда прав», стала как бы универсалией в тенденции, охватившей все виды услуг, включая транспортные, пока еще с трудом поддающиеся гуманизации, но более заметно проявляющиеся в социально-культурном сервисе транспортных туров (особенно в круизах). На наш взгляд, максима Статлера есть точка предела, с которой «высвечивается» противоположность — снятый, но в принципе не устранимый «фордизм» или приоритет производителя, для которого масштаб серийного, стандартизированного производства не менее, если не более, важен, чем дифференциация и индивидуализация «во имя клиента».

Полагаем, что вся эта стихийная диалектика взаимоопосредований, взаимовлияний и взаимопроникновений в системе «транспорт — туризм и гостепри-

имство» имеет некую связную латентную логику движения по объективному руслу — логику организуемого (от точек бифуркации) предпринимательского включения нового в отношения понимания и всеобщего пользования. В отношениях понимания, посредством «невидимых колледжей» (микросоциальных связей акторов из научно-технического и предпринимательского сообществ) и институциональных новообразований, новое трансформировалось в знание «как» — образцы, напрямую или мифотворчески персонифицированные «пионерами», транслируемые в отношения всеобщего пользования. В знаниях «как» технологизировалось, стандартизировалось и становилось деятельностью по образцам, результаты которой в виде рыночных предложений через поддерживающие контуры коммуникации достигали субрынки спроса и нуждающиеся в удовлетворении общественные и индивидуальные потребности.

Контурно подводя предварительный итог, отметим, что система «транспорт — туризм» складывалась стихийно как некое гетерогенное образование, построенное из приспособленных (и приспособляющихся) друг к другу «человеческих» и «технических» компонентов. С ростом пассажирских перевозок и перевозок туристов менялся характер взаимодействия между развитием транспортной техники и социальным развитием. Оно стало не только существенно более интенсивным, но и приобрело форму социальной адаптации техники — сознательной ее подгонки под особенности тех или иных социальных сред и обществ. В процессе такой подгонки социальное соотносится с техническим не внешним образом, а как бы входит «внутри» проектной деятельности, превращаясь в имманентное ей организующее и направляющее начало [3]. Уже не стихийно, а организованно или в гибридных формах данный процесс направляется потребностью в гуманизации транспорта [4] и замыкается на разноо-

бразных видах социальной практики (обслуживание, туризм, обучение и т.д.).

■ В модели туристских исследований, разработанной американским ученым Дж. Джафари, синергичная природа знаний о туризме представлена в оригинальной графической форме, названной «ромашка Джафари» [5]. В данной модели сердцевина (туризм) – синергичное поле туристской междисциплинарности, стягивающее в узел «лепестки» дисциплин и их предметных областей. Одним из них является «транспорт», который входит в сердцевину через научно-рефлексивный компонент основы знаний о транспортных перевозках. Однако эти знания должны каким-то образом войти в другое лепестковое соединение (одно из множества выделенных): «ромашка Джафари – образование (педагогика/подготовка кадров для индустрии туризма», и принять там вид ЗУНа (знания, умения, навыки).

Понятно, что вся эта конкретика не входила в задачу, решаемую Дж. Джафари. Не входила она и в задачу И.В. Зорина, давшего методологически опорное для нас изложение теоретических основ профессионального туристского образования [6], а также работ других ученых, формирующих туристику и педагогику туризма (В.А. Горский, В.А. Кальней, А.В. Квартальнов, С.Е. Шишов, Е.Н. Ильина, В.Д. Чепик и др.). Важными для понимания тенденций развития транспортной составляющей туризма являются и прикладные выходы формирующейся сервисологии [5], а также теории туристского транспорта, наиболее нагруженной «противоречием встречи» (проблемами) транспорта и туризма.

Ранее были выделены и частично рассмотрены две взаимосвязанные проблемы:

1) низкая интенсивность гуманизации транспорта как атрибута социотехнического развития, актуальность которой определяется трендом сервисной трансформации от массово-конвейерной модели к массово-дифференцированной;

2) становление транспортных туров как самостоятельного вида туризма и транслятора сервисной трансформации в сферу транспортных перевозок, который находится в инкубационном состоянии «вещи в себе» и лишь последнее время стал предметом научной рефлексии [2].

Вместе с тем в научно-рефлексивном компоненте, выделенном Джафари как «Основы знаний о транспортных перевозках», сложилась ситуация, имеющая вид бинарной оппозиции: транспорт рассматривается или как элемент, всецело подчиненный туризму, без своих особенностей функционирования, или как составная часть транспортной системы без учета специфики туристского фактора.

В этой связи уместно отметить, что в транспортных (железнодорожных) вузах, имеющих в номенклатуре специальностей туризм, устойчиво проявляется некая «отраслевая ментальность», в «карте» которой туризм традиционно отнесен к категориям вторичного и непрофильного, что в состоянии образовательной среды этих вузов создает особую проблему организационного дискомфорта в подготовке студентов по направлению «Туризм». Далее, отсутствие реальной конъюнкции (не ИЛИ – ИЛИ, а И – И) проявляется, в частности, в том, что «История транспорта» и «История туризма» читаются изолированно как разные дисциплины, а не в интегрированном курсе, отражающем совместную историю транспорта и туризма. Как субдисциплина данная история стала бы органичным элементом учебного курса «Менеджмент транспортных услуг в сфере туризма», а ее стержнем – транспортный туризм как одна из междисциплинарных точек синергичного поля профессионального туристского образовательного пространства.

В заключение рискнем заглянуть в будущее менеджмента транспортных услуг в сфере туризма. Оно видится в облике космического туризма, который воспринимается уже не только как продукт

футурологических построений, но является собой:

а) грядущий этап развития форм туристских практик вертикальной мобильности и перспективный ориентир потенциального спроса [7];

б) феномен, расширяющий понятие международного туризма и ставящий в повестку дня вопрос о «международных туристских дестинациях общего пользования» [8] — вхождение космического туризма в отношения всеобщего пользования, с необходимостью требует установления правовых предпосылок деятельности в «туристском космическом пространстве»;

в) принципиально новый вид туризма экстремального характера [9];

г) разновидность туристского путешествия, которое клиент совершает на борту космического корабля [10]. В данной связи уместно и логично предположить, что если космический корабль выступает средством и перемещения, и размещения, с ночевками как в нем самом, так и в перспективе в «отелях типа МКС», то космические туры следует рассматривать в качестве специфической разновидности транспортного туризма, а значит, и в контексте отношений «транспорт — туризм».

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Зорин И.В., Квартальнов В.А. *Туристка: монография*. М.: Советский спорт, 2001.

2. Бутко И.И. *Туризм. Транспортные туры и круизы*. Ростов н/Д: Изд. центр «МарТ»; Феникс, 2010.

3. Андреев А.Л. *Социология техники*. М.: Альфа-М.; ИНФРА-М, 2009.

4. Свириденко Ю.П., Хмелев В.В. *Сервисная деятельность*. М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2012.

5. *Концептуальные и методологические аспекты формирования сервисологии — науки синергического типа* / Т.Н. Ананьева, В.Э. Багдасарян, М.Н. Буткевич и др. М.: Собрание, 2008.

6. Зорин И.В. *Теоретические основы профессионального туристского образования: монография*. М.: Советский спорт, 2001.

7. Покровский Н.Е., Черняева Т.И. *Туризм: от социальной теории к практике управления*. М.: Университетская книга, Логос, 2009.

8. Вотинцева Н.А. *Правовое обеспечение туристской индустрии в России*. М.: Дашков и К; Ростов н/Д: Наука — Спектр, 2013.

9. Егоренков Л.И. *Введение в технологию туризма*. М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2009.

10. Изотова М.А., Матюхина Ю.А. *Инновации в социокультурном бизнесе и туризме*. М.: Советский спорт, 2006.

Р.М. АРСЕНИЙ, Ю.А. КИРЕЕВА

**РОЛЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНО  
ОРИЕНТИРОВАННЫХ ЗАДАЧ  
В ФОРМИРОВАНИИ СПЕЦИАЛЬНЫХ  
КОМПЕТЕНЦИЙ БУДУЩЕГО  
МЕНЕДЖЕРА ПО ТУРИЗМУ**

*Рассмотрены определения понятий «задача», «профессиональная задача», «профессионально ориентированная задача». Сформулирована роль профессионально ориентированных задач в формировании специальных компетенций будущих менеджеров по туризму.*

*Ключевые слова: менеджер по туризму, задача, профессионально ориентированная задача, компетенции, специальные компетенции.*

*The article contains the definitions of «task», «professional task», «professionally-oriented task». The article defines the role of professionally-oriented tasks in the formation of the special competencies of future tourism managers.*

*Key words: manager of tourism, task, professionally-oriented task, competence, special competencies.*

В современных экономических условиях менеджер является ключевой фигурой любой организации, и туристская — не исключение. Менеджер — это профессионально подготовленный управляющий, имеющий в подчинении группу работников, занимающий постоянную должность, наделенный в определенной сфере деятельности полномочиями по принятию решений и распоряжению ресурсами, а также ответственностью за достижение конечных результатов деятельности предприятия. Профессией менеджера является управление каким-либо делом. Сам термин «менеджер» возник в тесной связи с родом таких занятий, которые предполагают способность добиваться намеченных результатов в работе с различными организациями, людьми [1].

Сегодня туризм является одной из самых трудозатратных отраслей. Он обе-

спечивает свыше 75 млн человек рабочими местами во всем мире. Примерно каждый двенадцатый человек работает в сфере туризма и гостеприимства.

Менеджер по туризму — очень широкое понятие. Можно быть руководителем крупной туристской компании, а можно быть сотрудником в туристской фирме и бронировать билеты. И в том и другом случае специалист может гордо называть себя менеджером, но обязанности и уровень ответственности у них будут совершенно разными.

Сегодня существует несколько способов получения профессиональной подготовки в области туризма. Так, например, на базе колледжей можно получить среднее профессиональное образование. Курс обучения рассчитан на 2,5 года, по завершении обучения выпускнику присваивается квалификация «Менеджер по туризму». Указанную профессию можно также освоить и в вузе. Наиболее популярно

лярные направления подготовки — это «Менеджмент» и «Туризм». В системе дополнительного профессионального образования на базе имеющейся профессиональной подготовки краткосрочное обучение менеджеров по туризму осуществляют различные центры профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации [2].

В требованиях к уровню подготовки бакалавров по направлению подготовки 100400 «Туризм» указано, что выпускник должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности.

- *Проектная деятельность*: постановка задач проектирования туристского продукта при заданных критериях и нормативных требованиях; использование инновационных и информационных технологий для создания туристского продукта; проектирование программ туров, турпакетов, экскурсионных программ и других продуктов туристской деятельности; разработка туристского продукта с учетом технологических, социально-экономических и других требований.

- *Производственно-технологическая деятельность*: применение современных технологий в реализации туристского продукта; использование информационных и коммуникативных технологий в процессе их разработки и реализации туристского продукта.

- *Организационно-управленческая деятельность*: распределение функций и организация работы исполнителей в организациях и на предприятиях туристской индустрии; принятие оперативных управленческих решений в области туристской деятельности; расчет и оценка затрат по организации туристской деятельности на предприятии с целью рационализации затрат.

- *Сервисная деятельность*: обеспечение стандартов качества и норм безопасности комплексного туристского обслуживания; организация процесса обслуживания потребителей и (или) туристов;

умение самостоятельно разрабатывать внутренние нормативные документы по обеспечению качества и стандартизации услуг туристской индустрии.

- *Научно-исследовательская деятельность*: исследование и мониторинг рынка туристских услуг; применение прикладных методов исследовательской деятельности в профессиональной сфере; адаптация инновационных технологий к деятельности предприятий туристской индустрии [3].

Реализация компетентного подхода при подготовке специалистов — основное направление модернизации российского образования. Современная идея выявления компетенций, в том числе и специальных, основана на анализе видов профессиональной деятельности конкретных специалистов с дальнейшим выделением у них конечных продуктов деятельности и обобщением результатов в виде типовых профессиональных задач. Необходимые для этого методы разрабатываются с учетом знаний, приобретаемых студентами при изучении различных учебных дисциплин вузовской программы.

Решение профессионально ориентированных задач определяет востребованность соответствующих знаний при формировании специальных компетенций.

В современных терминологических словарях понятие «задача» определяется следующим образом. Задача — это:

- то, что требует исполнения, разрешения;

- упражнение, которое выполняется посредством умозаключения, вычисления;

- сложный вопрос, проблема, требующие исследования и разрешения [4].

Задача — это отраженная в сознании или объективированная в знаковой модели проблемная ситуация, содержащая данные и условия, которые необходимы и достаточны для ее разрешения имеющимися средствами знания и опыта [5].

Задача — это один из методов обучения и проверки знаний и практических

навыков учащихся, применяемых во всех типах общеобразовательных и специальных учебных заведений [6].

В словаре по логике понятие задачи не определяется вообще.

Задача — проблемная ситуация с явно заданной целью, которую необходимо достичь; в более узком смысле задачей также называют саму эту цель, данную в рамках проблемной ситуации, т.е. то, что требуется сделать [7].

Профессиональная задача — это конкретизация цели профессиональной деятельности, отражающая ее сущность в виде выстроенных этапов преодоления педагогом противоречий между возникшей проблемной ситуацией и необходимостью нахождения способов решения, осмысление и выбор способов комплексного решения математических задач [8].

Профессионально ориентированные задачи в туристских вузах предполагают решение определенной проблемы, требуют от студента овладения специальными умениями: взаимодействия с клиентом и выявления его мотивов, подбирать туристские предложения в соответствии с запросом клиента; осуществлять процедуры бронирования туров, оформления документации, оплаты и аннулирования заявок. Менеджер по туризму, работающий в организации операторского профиля, должен уметь взаимодействовать с турагентствами, осуществлять бронирование заявок на туры и билеты в компьютерных системах бронирования, работать с поставщиками услуг, формировать и продвигать туристский продукт.

Профессионально ориентированные задачи должны отражать содержание учебной дисциплины и будущей профессиональной деятельности обучающегося. Необходимо отметить, что они могут отражать также содержание одной или нескольких тем по дисциплине, нескольких специальных дисциплин, направления подготовки бакалавра.

Реализация компетентностного подхода в туристском вузе позволяет выделить

типовые профессиональные задачи менеджера туризма:

- формирование туристских продуктов;
- реклама и продвижение туристских услуг и продуктов;
- осуществление продажи туристских продуктов.

На начальном этапе разработки любой профессионально ориентированной задачи преподаватель определяет цель, которую необходимо достичь в результате ее решения. Важно сформулировать задачу таким образом, чтобы процесс ее решения способствовал качественному усвоению новых знаний, закреплению умений, приобретению навыков профессионального мышления, а также способствовал развитию творческих возможностей студентов.

При разработке профессионально ориентированных задач преподаватель также должен учитывать обязательный минимум знаний, который достаточен для успешного их решения. Все задачи, предложенные студентам в процессе изучения специальных дисциплин, должны иметь профессиональную направленность.

Таким образом, можно сформулировать требования, предъявляемые к профессионально ориентированным задачам:

- содержание задачи и ее решение требуют от студентов знаний по специальным дисциплинам;
- решение задачи должно обеспечивать профессиональное развитие личности будущего менеджера по туризму;
- задача должна описывать ситуацию, возникающую в профессиональной деятельности будущего менеджера по туризму.

Приведем примеры профессионально ориентированных задач.

1. Представьте, что вы являетесь менеджером туристского агентства. В течение дня к вам приходят разные потребители. Используя каталоги туроператоров, подберите каждой категории потребителей тур в соответствии с указанными целями путешествия: школьники 11-го клас-

са — познавательная цель; молодежь — развлекательная цель; молодая семья с детьми — рекреационная цель. Каталоги предоставляются преподавателем.

2. Составьте программу обслуживания туристов, используя путеводитель. Условия: место назначения — г. Москва; цель путешествия — познавательная; вид тура — групповой; продолжительность — два дня и одна ночь.

3. Изучите предложенную преподавателем программу обслуживания туристов. Определите и перечислите поставщиков услуг для организации познавательного тура.

4. Разработайте макет рекламного обращения для конкретного туристского продукта. Характеристика туристского продукта: Турция, Кемер, Rixos Sungate 5\*; 7 дней; UAll; бунгало, DBL (в стоимость входят перелет, трансфер, медицинская страховка, проживание, питание, обзорная экскурсия по г. Анталя с посещением магазинов).

Представленные примеры профессионально ориентированных задач формируют различные компетенции будущего менеджера по туризму, включающие работу и менеджера турагентства с клиентом по подбору тура, и менеджера туроператорской компании. Для выполнения поставленных задач студенту необходимо обладать целым комплексом знаний. Например, он должен знать требования к разработке программ обслуживания туристов, основные принципы рекламы. Обучающийся должен разбираться в профессиональной терминологии, а также знать поведение потребителей и технику продаж.

Одним из важных условий эффективности применения профессионально ориентированных задач в процессе обучения является наличие атмосферы сотрудничества преподавателя и студента. В данном случае атмосфера сотрудничества предполагает не только решение задачи и анализ процесса ее решения, но и обязательную рефлексию проделанной работы.

Атмосфера сотрудничества преподавателя и студента в процессе решения профессионально ориентированных задач формирует в последнем мотивацию к достижению поставленной цели, а дальнейшим — к его профессиональной самореализации.

Чтобы процесс обучения стал более эффективным, необходимо организовать преподавание не как подачу информации, а как активизацию и стимуляцию процессов осознанного обучения. Благоприятные взаимоотношения между преподавателем и студентами способствуют активизации любознательности последних, а также стимулированию их познавательных мотивов. Любые действия студента в процессе обучения должны быть осознанными. Именно это позволит ему почувствовать себя в условиях профессиональной задачи и суметь решить ее, применив полученные знания по специальной дисциплине.

Таким образом, студент по-настоящему включится в работу, если задачи, которые ставятся перед ним в ходе учебной деятельности, будут не только поняты, но и внутренне им приняты. Этого понимания можно добиться в том случае, если у студента сформируется образ своей будущей профессии. Это придаст личностный смысл процессу обучения. Осознание того, каким образом получаемые знания, умения и навыки влияют на его профессиональное становление позволит сформировать мотивацию студента на результат, т.е. решить предложенную преподавателем профессионально ориентированную задачу.

Использование в процессе обучения студентов профессионально ориентированных задач способно обеспечить более успешное развитие профессионального мышления будущих менеджеров по туризму, сформировать у студентов необходимые специальные компетенции, установленные учебной программой дисциплины.

ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. URL: <http://otherreferats.allbest.ru>
2. URL: <http://prof.labor.ru>
3. *Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 100400 «Туризм» (квалификация (степень) «Бакалавр»).*
4. *Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. М., 1992.*
5. *Большая психологическая энциклопедия. М.: Эксмо, 2007.*
6. *Большая советская энциклопедия: в 30 т. М.: Советская энциклопедия, 1969–1978. Т. 5.*
7. *Тихомиров О.К. Психология мышления. М., 1984.*
8. *Мусина Е.М. Профессионально ориентированные проблемные задачи по экономике для студентов технических специальностей среднего профессионального образования: автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 2004.*

УДК 378.147

**С.Н. ЗУБАРЕВ**

**ДИДАКТИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ  
ПРОЕКТНОГО МЕТОДА В ФОРМИРОВАНИИ  
КОММУНИКАТИВНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ  
У ВЫПУСКНИКОВ ВОЕННЫХ ВУЗОВ**

*Рассматривается проблема формирования коммуникативных компетенций у выпускников военных вузов, что особенно актуально в настоящее время и обусловлено имеющимися противоречиями между потребностями военных вузов к качеству образования в сфере формирования коммуникативных компетенций и отсутствием разработанных средств для их достижения, в частности использования дидактических материалов.*

*Ключевые слова: коммуникативные компетенции, дидактические материалы, формирование коммуникативных компетенций, проектный метод.*

*This article addresses the problem of formation of communicative competence among the graduates of military higher education institutions. It is very acute because of the existing contradictions between: the needs of military schools in the quality of education helping to form communicative competence and; the lack of methods to achieve it, in particular didactic materials shortage. Special teaching materials is a great means of the communicative competence formation of the graduates of military schools.*

*Key words: communicative competence, didactic materials, the formation of communicative competence, project method.*

В последние годы в научном сообществе широкое признание получила достаточно распространенная точка зрения, согласно

которой программа обучения курсантов военных вузов должна быть усилена за счет развития коммуникативных компетенций. Обусловлен данный подход тем, что уровень компетенций в межличностном вза-

имодействии между будущим офицером и его подчиненными оказывает существенное влияние как на результаты, стоящие перед отдельным воинским подразделением, так и на морально-психологический климат всего коллектива.

Это подтверждают результаты рандомизированных исследований, проведенных в последние годы в вузах России, относящихся к военному профилю. Исследования показали наличие значимых различий в результатах эффективности выполнения поставленных задач у офицеров, владеющих в необходимой мере коммуникативными компетенциями, и офицеров, не уделяющих данному вопросу достаточного внимания в своей работе. Первые обеспечивают более успешные результаты в своей профессиональной деятельности (С. Меннин, 2007). Установлено, что офицер с эффективно развитой коммуникативной компетенцией определяет проблемы, стоящие перед подчиненными, более точно. Коллектив, находящийся под руководством такого офицера, настроен психологически на сотрудничающий стиль отношений, наиболее эффективный для воинских подразделений. Немаловажным является и тот момент, что в известной степени сам офицер испытывает меньшие психологические нагрузки, вызывающие эмоциональное выгорание, присущее всем специалистам, осуществляющим свою деятельность в категории «человек – человек». Офицер с развитой коммуникативной компетенцией получает большее удовлетворение от работы.

Формирование коммуникативных компетенций выпускника военного вуза, таким образом, представляется достаточно актуальным при подготовке его к профессиональному взаимодействию в сфере «человек – человек». И в этой связи должно быть включено в число основных компетентностей выпускника любого военного вуза.

В процессе формирования в условиях военного высшего образования ком-

муникативных компетенций представляется целесообразным использование современных дидактических материалов. Интеграция современных дидактических материалов в данный процесс дает возможность более эффективно, по сравнению с традиционными педагогическими технологиями, формировать и развивать навыки общения, контролировать глубину понимания и правильность прочитанного или прослушанного текста, овладевать умением извлечения только нужной для решения определенных задач информации.

Обзор полностью подтверждает отсутствие в современных литературных источниках описания методов комплексного решения данной проблемы.

Анализ зарубежной и отечественной литературы, посвященной формированию коммуникативных компетенций, позволяет заключить, что, несмотря на достаточно глубокую разработанность данного вопроса в педагогической науке, авторами рассматриваются лишь отдельные аспекты изучаемой в данном исследовании проблемы. В частности, в исследованиях В.И. Андреева [1], В.И. Жернова [2], Т.С. Паниной [3], Л.Л. Супрунова [4] и др. освещаются, например, проблемы профессиональной подготовки в отечественных вузах. Проблеме компетентностного подхода посвящены исследования В.И. Байденко [5], Э.Ф. Зеер [6], А.Ю. Поленовой [7], А.П. Садохина [8], Е.М. Щегловой [9] и др. При этом недостаточно исследован процесс формирования коммуникативной компетенции обучающихся. Существует потребность в установлении специфики данного процесса для военных вузов. Проблему формирования коммуникативных умений при обучении военного специалиста рассматривали В.Е. Акинтьева [10], С.С. Жигулин [11], Н.В. Фролова [12] и др. Данные работы явились теоретическим основанием при изучении сущности процесса формирования комму-

никативной компетенции как одного из аспектов вузовской профессиональной подготовки.

Проведенный анализ позволил выявить в рассматриваемой области следующие противоречия, а именно:

- между потребностью современной армии в профессионалах с развитыми коммуникативными компетенциями, готовых к эффективному взаимодействию с подчиненными, и недостаточным использованием возможностей учебного процесса военных вузов;

- между необходимостью достижения эффективных результатов в формировании коммуникативных компетенций при подготовке офицеров и неразработанностью дидактических материалов для организации профессиональной подготовки будущих офицеров в военных вузах в области формирования коммуникативных компетенций.

Коммуникативная компетенция характеризуется грамотным овладением личностью технологиями общения (устной и письменной речью) на разных языках.

Представляется целесообразным проводить формирование коммуникативных компетенций с учетом современных педагогических достижений. Это обусловлено тем, что интегративной характеристикой конкретной личности как объекта образовательной среды выступают его индивидуально-психологические особенности, учитывающиеся при использовании тех или иных дидактических форм, например дидактический материал, подобранный с учетом соответствия целям, в конечном счете и определяет успешность выполнения задач в различных видах практической деятельности.

Различают общие и специальные коммуникативные компетенции, необходимые во всех выделяемых исследователями группах компетенций. При этом выделяются компетенции:

- широкого радиуса функционирования, необходимые военным при выполнении различных видов учебно-познавательных

и социально-профессиональных обязанностей;

- узкого радиуса действия, или мета-профессиональные, необходимые военному при выполнении действий, определяемых родом профессии «человек – человек», «человек – техника», «человек – природа» и др.

В рамках проводимого исследования в связи с видом деятельности и принадлежностью профессии к социальному типу необходимо развивать у курсанта в первую очередь коммуникативную составляющую его компетенций.

Широкое применение дидактических материалов в образовательном процессе обусловлено требованиями к профессиональной подготовке выпускника военного вуза. Результативная основа вузовской подготовки в соответствии с современными государственными образовательными стандартами переориентирована с традиционной передачи знаний, умений и навыков на овладение компетенциями, способствующими формированию личности, которая способна успешно справляться с решением практических задач своей специальности. В области военного образования требуется подготовка конкурентоспособных специалистов, владеющих языками. Коммуникативная подготовка должна стать как средством познания мира и доступа к информации, так и средством, обеспечивающим деловое и межличностное общение. Участник общения должен иметь высокий уровень коммуникативных компетенций.

В военном вузе дидактические материалы активно используются для организации работы курсантов. Однако при развитии коммуникативных компетенций они практически не применяются.

В нашем эмпирическом исследовании были сформированы две группы курсантов, в одной из которых занятия проводились по обычной программе развития коммуникативных компетенций (контрольная группа – КГ), в другой – экс-

периментальной группе (ЭГ), реализовались задачи, способствующие формированию коммуникативной компетенции курсантов с использованием разработанных дидактических материалов.

Уровень коммуникативных компетенций после реализации программы с использованием дидактических материалов

в группах студентов оценивали с помощью методики «Коммуникативные и организаторские способности» и *теста оценки коммуникативных умений* (А.А. Карелин).

Интерпретированные средние результаты измерений по методике КОС представлены в виде графических диаграмм (рис. 1, 2).

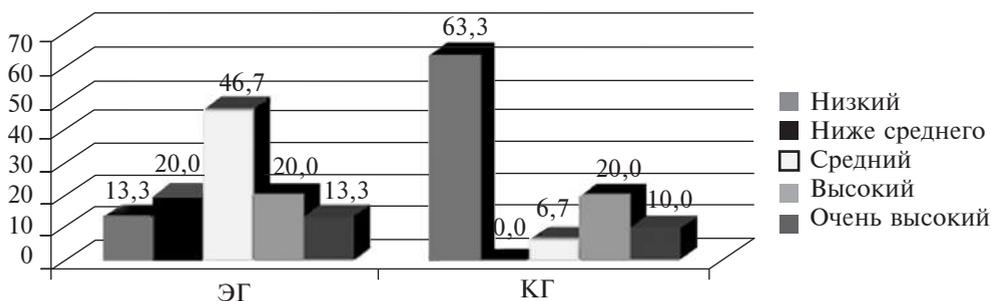


Рис. 1. Уровни развития коммуникативных способностей студентов, %

Анализируя данные диаграммы на рис. 1, можно отметить, что уровень коммуникативных способностей выше в экспериментальной группе. Полученные данные можно интерпретировать

следующим образом: на снижение уровня коммуникативных способностей влияние оказывает отсутствие в программе дидактических материалов.

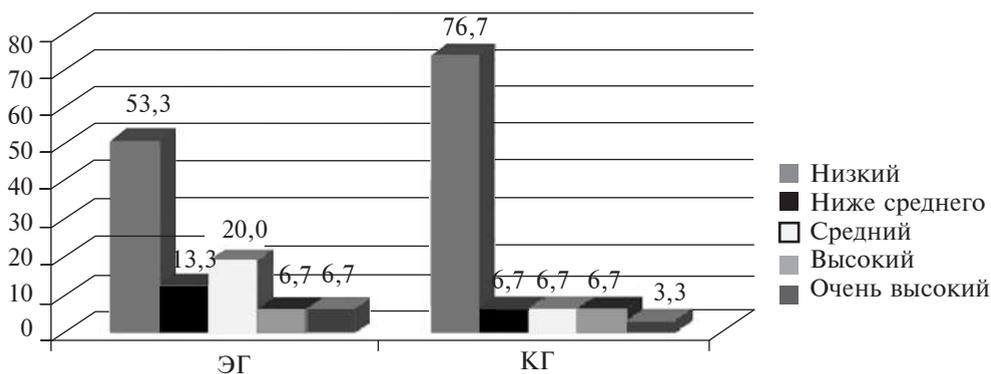


Рис. 2. Уровни развития организационных способностей студентов, %

Анализируя данные диаграммы на рис. 2, можно отметить, что уровень организационных способностей также выше в экспериментальной группе.

Также проводили анализ *результатов теста оценки коммуникативных умений* (А.А. Карелин). Интерпретированные средние результаты представлены в виде диаграммы на рис. 3.

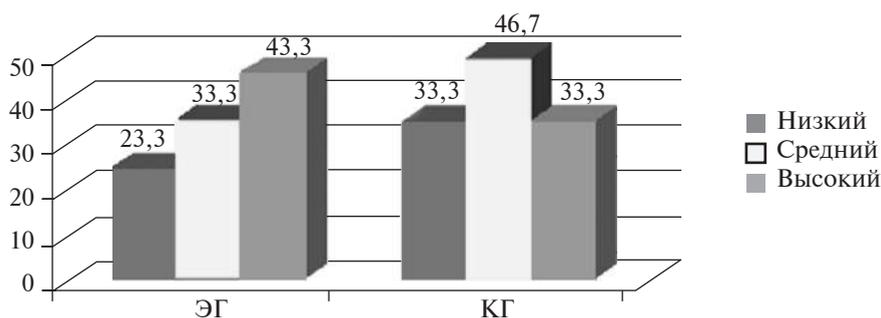


Рис. 3. Уровни развития коммуникативных умений студентов, %

Можно отметить, что в контрольной группе уровень коммуникативных умений в группах ниже, т.е. подтверждается, что снижение уровня коммуникативных умений обусловлено отсутствием в программе дидактических материалов.

Статистическая обработка результатов по критерию Манна–Уитни показала наличие в группах достоверно значимых различий ( $t = 265$ ) на уровне значимости ( $P < 0,01$ ), что подтверждает эффективность применения в программе дидактических материалов.

Анализируя с позиции целостности существующий педагогический процесс, сложившийся в военных вузах, мы пришли к выводу, что главным противоречием современной непрерывной системы профессионального военного образования является противоречие между функциональным подходом к решению про-

блем развития и формирования компетенций и отсутствием развития базовой коммуникативной компетенции в практике профессиональной подготовки. Для формирования коммуникативной компетенции в условиях современного высшего военного образования наиболее приемлем, на наш взгляд, проектный метод с использованием дидактических материалов, который позволяет формировать указанную компетенцию в условиях реального применения. Основным его достоинством выступает возможность целенаправленно формировать профессиональную рефлексию у выпускников вузов. Положительным моментом является также то, что появляется возможность одновременно формировать личность курсанта в целом, что говорит о целесообразности использования современных дидактических материалов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреев А.Л. Компетентностная парадигма в образовании // Педагогика. 2005. № 4. С. 19–27.
2. Жернов В.И. Профессионально-педагогическая направленность личности студента. Магнитогорск, 2002.
3. Панина Т.С., Вавилова Л.Н. Современные способы активизации обучения. М.: Академия, 2008.
4. Супрунова Л.Л. Основные направления поликультурного образования в гуманитарном вузе // Вестник Пятигорского лингвистического университета. 2003. № 1. С. 20–24.
5. Байденко В.И. Новые стандарты высшего образования: методологические аспекты // Высшее образование сегодня. 2007. № 5. С. 4–9.
6. Зеер Э.Ф., Симанюк Э.В. Компетентностный подход к модернизации профессионального образования // Высшее образование в России. 2005. № 4. С. 23–30.
7. Поленова А.Ю. Формирование социокультурной компетенции учащейся молодежи. Ростов н/Д, 2006.
8. Садохин А.П. Межкультурная компетентность // Журнал социологии и социальной антропологии. 2007. № 1. С. 126–140.
9. Щеглова Е.М. Развитие поликультурной компетентности будущих специалистов. Омск, 2005.

10. Акинтьева В.Е. Создание детальной модели формирования коммуникативной культуры будущего специалиста военного в образовательном пространстве военного вуза // Вестник Академии военных наук. 2008. № 2. С. 8–13.

11. Жигулин С.С. Педагогическая диагно-

стика как условие формирования профессиональной компетентности будущего специалиста военного. Орел, 2008.

12. Фролова Н.В. Психолого-педагогические условия формирования языковой компетенции будущих военных специалистов в вузе. Орел, 2005.

УДК 378:14

А.В. ХОРЕВА

## ЗНАЧЕНИЕ И ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОНГРУЭНТНОСТИ И ИНТЕРЕСА У ВЫПУСКНИКОВ ТУРИСТСКОГО ВУЗА

*Рассматривается проблема оценки степени формирования профессиональной конгруэнтности. Связываются два понятия: профессиональная «конгруэнтность» и «интерес». Делается акцент на формирование подходов к управлению качеством профессиональной подготовки кадров для сферы туризма, особенно для личностного развития и роста.*

*Ключевые слова: профессиональный интерес, конгруэнтность, профессиональное туристское образование, аттрактивность, рефрейминг, туриндустрия.*

*This material addresses the problem of formation of professional congruence. There are two concepts in the article: the professional congruencies and the interests. The emphasis is on forming approaches to management quality professional training for tourism, especially for personality grew.*

*Key words: professional interests, congruence, professional tourism education, attraction, re-framing, tourism industry.*

### ФОРМАЦИЯ СФЕРЫ УСЛУГ: ОЖИДАНИЯ РАБОТОДАТЕЛЯ

Всеобщая либерализация экономики приводит к обновлению списка черт, определяющих параметры постиндустриального сообщества. Так, ведущим сектором экономики становится сфера услуг с изменением структуры в сторону наукоемких отраслей и базисом нематериальных активов; информация воспринимается как источник стоимости, на-

правленный в будущее с ведущей ролью межличностных коммуникаций; ключевая роль отводится научным исследованиям в области теоретических знаний с выделением приоритетной роли образования. Прогрессивное развитие процессов общей системы коммуникаций, усиление взаимных связей вследствие повсеместной глобализации демонстрируют разность и непостоянство, предполагают уязвимость государств, общностей, людей, личностей. Конкуренция становится повсеместным эволюционным

способом, инструментом демонстрации превосходства. Применительно к образу личности как целостного и гармоничного восприятия индивида уровень конкурентоспособности во многом определяется через профессиональное образование. Оно представляется средством самоактуализации и самовыражения личности в ее уникальном индивидуальном наборе норм, ценностей, установок, способствующим формированию и обогащению человеческого капитала, что особенно ценно в сфере услуг и туристской деятельности в частности.

Как отмечается в ряде исследований профессионального туристского образования [1], наблюдается смена акцентов в профессиональной подготовке согласно требованиям и предпочтениям работодателей. Так, отмечено, что от выпускника вуза ожидается: проявление и инициирование самостоятельности, ответственно-

сти при принятии решения; развитие способности критического анализа собственной деятельности; использование различных видов мышления при наличии аналитических способностей; стремление к постоянному самосовершенствованию, в том числе к широкой профессиональной подготовке и переподготовке; применение навыка быстрой обучаемости; использование командного способа работы с высокими показателями корпоративной культуры и проч. Таким образом, туристская деятельность сегодня – это одно из многих направлений современного бизнеса, сочетающее в себе не только процесс производства услуг, но и последующую их реализацию конечному потребителю.

Рассмотрение приведенных выше требований к персоналу межотраслевого комплекса туризма будет неполноценным без приведения частной исследовательской практики, рассмотренной в таблице.

*Таблица*

**Технические и технологические требования рыночного спроса к специалисту сферы туризма<sup>1</sup>**

Процесс создания туристской услуги	Процесс продвижения и реализации
1	2
<p>1. <i>Знание международных и национальных систем бронирования услуг</i> Amadeus, «Габриэль», «Сирена» (авиационные сегменты), GTA, Travco, Miki, Kuoni, DOTW, Expedia, Tourico, Bedsonline, 6Tour, «Академсервис», TravelClick (сегменты наземных услуг, таких как отели, трансферы, экскурсии), Doiche Bahn, УФС (ж/д билеты) и др.</p>	<p>1. <i>Готовность к работе в любое время</i> Все большее число компаний переходит на график работы 24/7. Возможность заказать услугу в любое удобное для клиента время, несмотря на разницу во времени, сроки работы конкретного специалиста, местонахождение клиента – способ привлечь индивидуальных и корпоративных клиентов. Возможность организации имплант-офисов, предоставление тревел-координаторов и персональных кураторов – за все это клиенты хотят и могут платить дополнительные средства компаниям–производителям туристских услуг. Причем этот пункт не включает в себя понятие о круглосуточной службе поддержки клиентов. На данном этапе развития бизнеса это рассматривается уже как обязательное требование к туристской компании</p>

<sup>1</sup> По экспертным данным ООО «Интураэро», г. Москва, 2013 г. (регистрация в ЕРТ МВТ 002919). URL: <http://www.intouraero.ru>

Окончание таблицы

1	2
<p>2. Знание основных поставщиков туристских услуг на территории РФ и за рубежом, в том числе принятие ответственности перед своим работодателем, всей базой привлекаемых и используемых поставщиков</p> <p>Актуализация в сторону наработанной базы по поставщикам всех видов туристских услуг в любой стране мира по отношению к формальной клиентской базой, знание законов и игроков рабочего рыночного сегмента. При всем своем разнообразии конъюнктура рынка туристских услуг ограничена: создать репутацию сложно (причем как компании, так и специалисту), а потерять очень легко</p>	<p>2. Индивидуальный подход при стандартизированном процессе работы</p> <p>Клиент, отправив заявку/запрос, хочет получить стандартный ответ и услугу вне зависимости от того, в какой офис он обратился. При этом клиенту всегда приятно почувствовать себя единственным, неповторимым и значимым. Такая результативность взаимодействия ориентирует компанию на постоянство и расширение клиентской базы данных</p>
<p>3. Умение работать с поставщиками на микро- и макроуровнях (в том числе знание иностранных языков)</p> <p>Получение от поставщиков самой выгодной цены, условий работы при максимальной насыщенности и разнообразии туристского продукта – решающий фактор на конкурентном рынке.</p> <p>Привлечение и использование ресурсов микро- и макроуровней подразумевает знание хотя бы одного иностранного языка на уровне не ниже <i>intermediate</i> в разговорной речи, деловой переписки, этики телефонного разговора. Минимальный, начальный уровень – один язык; для повышения своей рыночной стоимости – два-три иностранных языка. Приоритет у языков «большой четверки» (английский, немецкий, французский, испанский) с рекомендациями включения китайского и языков арабской группы</p>	<p>3. Умение гасить конфликты и решать спорные/нестандартные вопросы</p> <p>Туризм – это работа с людьми, и, как любая работа такой направленности, она сложна своими конфликтами и проблемами. Если сотрудник обладает качеством улаживать такие вопросы, не боится брать на себя ответственность за, что он может решить самостоятельно (учитывая степень децентрализации и собственных полномочий), добивается решения спорных ситуаций – ценность такого специалиста возрастает в разы</p>
<p>4. Знание общей законодательной, частных налоговой, финансово-валютной баз в области туризма и индустрии в целом. Стремление к дальнейшему развитию и совершенствованию аналитических, математических и бухгалтерских навыков/способностей</p> <p>Учитывая неоднозначность и специфические особенности в сфере оказания сервисных услуг комплекса туризма, компетенции специалиста расширятся в части основных знаний данных областей для сохранения и следования концепции TQM (Total Quality Management – концепция всеобщего управления качеством)</p>	<p>4. Ценность индивидуальных личностных проявлений: стрессоустойчивости, способности сохранения внутреннего самообладания, коммуникабельности, легкости на подъем, практики быстрого формирования альтернатив поиска нестандартного решения, адаптивности к меняющимся условиям рынка, умения понимать и создавать «новейшие новинки»</p> <p>Высокий класс специалиста – принятие во внимание ситуаций неопределенности и риска, продолжение разрешения проблем клиента, которому не важен процесс, а важен результат. Не нужно говорить о том, почему «нет», важно сделать так, чтобы было «да».</p> <p>Чувство рынка и его тенденций – одно из редких качеств специалиста в данной области, где процесс организации комплекса туристской услуги относительно предсказуем, меняются лишь процедурные составляющие его компонентов</p>

По данным таблицы можно предположить, что такими признаками обладает зрелая здоровая личность с высоким уровнем взаимной согласованности профессиональных и личных качеств — это прежде всего человек конгруэнтный. Конгруэнтность, хотя и является в большей степени термином психологии, тем не менее применительно к Я-концепции выражает меру соответствия Я-реального Я-идеальному, конструируемому в процессе самооценки, в том числе и профессиональной деятельности. Это способность отдавать себе отчет в том, что происходит в собственном внутреннем мире, вести себя в соответствии с переживаниями, учитывать их социальную значимость, соотносить с реалиями внешнего мира.

Таким образом, конгруэнтность выступает неотъемлемым профессиональным качеством каждого, чья деятельность связана с общением с другими людьми, и прямым образом относится к туристской сфере деятельности как межотраслевому комплексу.

#### ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ КОНГРУЭНТНОСТИ

Теория конгруэнтности с момента ее первого освещения Ч. Осгудом и П. Танненбаумом в 1955 г. неоднократно приводится и используется для обозначения и объяснения разнообразных феноменов невербальной коммуникации, обозначения согласованности внешних проявлений и внутреннего состояния человека, и также как способ выражения социального поведения. Относясь к теориям когнитивного соответствия, теория конгруэнтности раскрывается сущностным содержанием самого термина (от лат. *congruenc*, *-ntis* — соразмерный, соответствующий). В широком смысле подразумевает равенство, адекватность или согласованность элементов системы между собой [2]. Такой системой выступает выпускник туристского вуза, где перепле-

таются звенья психологических и возрастных особенностей индивида, структура познавательных (задатки — интересы — склонности), а затем и профессиональных интересов.

Конгруэнтность или ее отсутствие в собственном поведении и внешнем выражении не всегда осознается самим индивидом, но практически всегда ощущается в поведении другого (как сознательно, так и нет), но это всегда реалистичное восприятие действительности. Такая личность интересна, такой специалист привлекателен, такой профессионал конкурентоспособен, такая карьера мобильна. Следовательно, изучение, обоснование и принятие методов развития профессиональных интересов у студентов в процессе их образовательной деятельности во многом определяются уровнем профессиональной конгруэнтности, которая представляет собой конкурентные преимущества начала карьеры.

Исследования по изучению профессиональных интересов неоднократно показали, что выбор студентом своей будущей специальности нередко оказывается случайным [3]. Следовательно, при обучении в высшей школе, в частности в начале образовательной деятельности, большинство студентов в разной степени представляют себе особенности осваиваемой туристской профессии. Выбор направления и специализации отчасти обусловливается неосознанным стихийным интересом вследствие общепринятых мнений о привлекательности деятельности. В процессе учебной деятельности общие показатели мотивации снижаются. На старших курсах профессиональный интерес как частная форма проявления мотивации отмечается с минимальными показателями или отсутствует вовсе. Отсутствие профессионального интереса прямопропорционально уровню сложности в профессиональной адаптации, деятельности и мобильности выпускника, особенно в сфере обслуживания.

### СООТНОШЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОНГРУЭНТНОСТИ И ИНТЕРЕСОВ СТУДЕНТОВ

Исследование показало, что у студентов туристского вуза доминирующее представление об индустрии туризма формируется с позиции потребления (вследствие низкого уровня туристской профессиональной конгруэнтности) как системы личностного становления и дальнейшего профессионального роста. Таковой системой в графическом выражении является дихотомическая матрица циклического характера. Основное направление векторов задается по степени развития: профессиональной конгруэнтности и профессионального интереса. Пе-

ресечения полей матрицы образуют элементы, которые можно классифицировать с точки зрения состояния исследуемого объекта. При этом следует отметить, что профессиональная конгруэнтность – это общее состояние личности выпускника, связанное с требованиями внешнего сообщества к его персональной компетентностной карте (в том числе в рамках государственных образовательных стандартов третьего поколения). Профессиональный интерес – это частное, личное, которое входит в систему личностного становления и роста как модуль. Иными словами, интерес эгоистичен и проявляется в виде потребления, а конгруэнтность альтруистична и проявляется в виде профессионализма (см. рисунок).



Соотношение профессиональной конгруэнтности и интереса  
в матрице личностного роста

Продолжая наш анализ, следует отметить, что более 70% опрошенных идеализируют систему будущих профессиональных обязанностей в процессе трудовой деятельности, тем самым демонстрируя несогласованность и несоответствие полученных теоретических знаний и с фактической практикой туристского рынка.

Следовательно, прослеживается зависимость между поверхностным владением техниками и технологиями организации процессов труда и отсутствием интереса к их дальнейшему освоению и совершенствованию, который развивается в процессе образовательной деятельности высшей школой туризма. Активное

использование знаний и опыта, полученного в ходе туристского образования, выступает особой ценностью при выполнении функциональных обязанностей во время прохождения практики или стажировки. Успешность эмпирического опыта, полученного еще в процессе образовательной деятельности, способствует:

- становлению профессионала в части личного и карьерного роста против преимущества получения быстрой прибыли;
- предпочтению морально-нравственных ценностей взамен доминирования факторов внешней мотивации;
- укреплению позиций опыта рефлексии в противоположность потребительскому отношению к внешнему и внутреннему организационному окружению;
- использованию рациональных и оптимальных эмоциональных взаимоотношений против указательно-повелительного отношения.

Также следует отметить, что из 126 респондентов 45,5% признают, что не умеют правильно организовывать самостоятельную работу, 65,8% опрошенных вообще не владеют навыком распределения своего времени, а 85% не думают, что его вообще можно распределять. Организация и управление собственным временем, самостоятельная работа приобретают особенное компетентностное значение в свете государственных образовательных стандартов нового поколения и тем самым подлежат осознанию и еще большему продуктивному освоению.

Отмечено, что преобладающее большинство студентов к учебе относятся посредственно (77% первокурсников и 12,8% второкурсников). Отсюда низкий показатель знания (25–30%) технологических приемов межотраслевого комплекса туризма, а соответственно, и уровень профессиональных интересов к индустрии. Опрос педагогических работников в 75% случаев подтверждает важность развития интереса к образовательной деятельности в целом, 15% считают,

что необходимо формирование интереса в части специализированных туристских дисциплин в различных учебных циклах.

Таким образом, профессиональный интерес представляется нам как интегральная личностная компонента, учитывающая влияние профессиональной туристской компетентности и комплекса эмоционально-волевых, мотивационных и интеллектуальных компонентов, взаимосвязанных между собой.

#### **МЕТОДЫ ДОСТИЖЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОНГРУЭНТНОСТИ**

Для достижения устойчивого педагогического процесса туристской профессионализации с учетом соотношения профессиональных интересов и конгруэнтности представляется целесообразным:

- надлежащим образом учитывать специфику особенностей процесса обучения и воспитания в сфере туризма с позиций определения «феномена туризма», высокое его разнообразие и многогранность как сферы профессиональной деятельности;
- активно использовать методы достижения осознания своих внутренних и внешних конфликтов, конфликтов установок, принимать результаты самокритики. Сложность достижения гармоничного состояния состоит в том, что конгруэнтность подразумевает честность перед самим собой и принятие самого себя как целостную личность без какого-либо оценивания;
- применять ситуационное моделирование с выделением полей пересечения матрицы для их детальной проработки; выявлять желательное и востребованное и сводить к минимуму угрожающее и слабое;
- обращаться к рефреймингу (от англ. *frame* – рамка), предполагающему перестройку и переосмысление механизмов восприятия, мышления, поведения с целью избавления от неудачных (возможно, даже латентных) психических шаблонов и ложных целевых установок;
- учитывать высокую аттрактивность профессиональной деятельности в сфе-

ре туризма, ее эмоциональную притягательность;

• использовать творческий подход при формировании альтернатив принятия

управленческих решений как в ходе личного планирования, так и профессионального прогнозирования менеджмента туризма.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Паукова А.М. Актуальные вопросы профессиональной ориентации обучающихся в сфере туризма // Вестник РМАТ. Научно-практический журнал. 2013. № 1 (7). С. 60–64.

2. Степанов С. Популярная психологическая энциклопедия. М.: Эксмо, 2005.

3. Анохин А.Ю. Содержание и методические компоненты личностно ориентированного пространства в вузе туристского профиля: автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 2002.

УДК 378.14

А.В. ЧЕРНЕГА, И.А. ПЕТРОВ

## РЕФЛЕКСИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ СТУДЕНТОВ ТУРИСТСКОГО ВУЗА

*Рассматривается специфика развития творческой направленности студентов туристского вуза с помощью внедрения инновационных рефлексивных технологий их профессионального творческого обучения. Авторы раскрывают туристскую образовательную парадигму развития личности студентов, творческого взаимодействия, связанного с применением рефлексивных технологий. Рассмотрены подход и необходимость развития рефлексивно-управленческих технологий преодоления проблемной ситуации на уровне межсубъектного взаимодействия, направленности личности и рефлексивно-диалогических критериев.*

*Ключевые слова:* туристское образование, творческое взаимодействие, рефлексивная направленность личности, способы поведения, рефлексивно-управленческой практика, профессиональное развитие, рефлексивно-личностный потенциал, самооценка, рефлексивные технологии.

*The article discusses the specifics of the development of the creative direction of tourist high school students by means of innovative reflective technology professional creative learning students. The authors disclose the tourist educational paradigm as personality development of students, creative interaction associated with the use of reflective technologies. The approach and the need to develop reflective-management techniques to overcome the problem situation at the level of intersubjective interaction, orientation of the individual and the reflective-dialogical criteria.*

*Key words:* tourist education, creative interaction, reflective orientation of the personality, behaviors, reflexive practice management, professional development, reflexive and personal potential, self-esteem; reflective technology.

Эффективность высшего образования обеспечивается не только формированием знаний и компетенций у студентов, но и становлением у них в процессе обучения в вузе творческого менталитета в избранной профессиональной сфере для дальнейшей самореализации в социуме в качестве активного субъекта будущей трудовой деятельности. Этим определяется социокультурная актуальность психолого-педагогического развития инновационными рефлексивными технологиями профессионального творческого самосознания студентов и его рефлексивных механизмов в процессе модернизации высшего образования в свете Болонского процесса.

Модернизация общества и глобализация экономики требуют перехода от «человека экономического» к «человеку творческому», не «рецептурно» усваивающему знания, а подготовленному к овладению творческими методами деятельности с содержанием познания и практики, которых раньше не существовало, т.е. с содержанием высокой степени неопределенности. Такой подход требует пересмотра содержания и технологий обучения, иных механизмов освоения инновационного опыта, что отражено в работах отечественных и зарубежных авторов: К.А. Абульхановой-Славской, М.Н. Берулавы, Л.И. Божович, Е.В. Бондаревской, П.Я. Гальперина, И.В. Дубровиной, В.А. Ляудиса, В.В. Давыдова, А. Маслоу, Г. Олпорта, А.В. Петровского, К. Роджерса, В.А. Сластенина, И.Н. Семенова, Е.Н. Шиянова и др.

Инновационность профессионального туристского образования предполагает необходимость научного осмысления и обоснования процессов, происходящих в туристской сфере, создания системы подготовки туристских кадров международного уровня на основе непрерывного профессионального туристского образования. Все это определяет новый уровень требований к содержанию профессиональной подготовки менеджеров туризма, обуславливает акцент на специфических требованиях к личностным характеристикам бу-

дущих выпускников, создании условий для профессионального развития конкурентоспособной личности, творчески ориентирующейся в современном сложном мире, осознанно выбирающей траекторию своего обучения и карьерного роста, свободно реализующей свой знаниевый и креативный потенциал как в отечественном европейском образовательном пространстве, так и на рынке труда России и стран нашего континента.

В связи с этим необходима разработка концептуальных образовательных моделей и педагогических технологий, реализующих эти модели в качестве дидактических средств, обеспечивающих развитие творческой рефлексивности профессионального становления личности студентов как в целостном контексте существования человека и продуктивной самореализации его «Я» в культурно-символическом пространстве социального бытия, так и в осознанности действий и процедур путем «размыкания» личностью своего поведения и деятельности на их основания и средства, постоянно совершенствующиеся в процессе индивидуального и группового творчества (И.Н. Семенов, 2011).

Интеграция современного туристского образования в Болонский процесс должна способствовать активизации развития творческой компетентности студентов как компонента накопления их рефлексивно-творческого потенциала: рефлексивно-креативной культуры и толерантности в общении, открытости к диалогу, независимости логики и продуктивности мышления, самостоятельности и конкурентоспособности в современном социуме, что с позиции образовательной концепции рефлексивного диалога соответствует развитию *рефлексивной направленности личности* студентов (Г.И. Давыдова, 2006) и таких ее критериев, как способность к творческому (нестандартному) поведению в ситуациях трудных, с высокой степенью неопределенности, к адекватному восприятию, пониманию, оцениванию другого челове-

ка в ситуациях проблемно-конфликтного взаимодействия; умение «просчитывать» профессиональные перспективы на основе учета опыта прошлого и будущего; способность выполнять исследовательскую функцию по отношению к запросам общества и соотнесение своих профессиональных запросов с общественными; способность к инновациям, связанным с ретроспективным осознанием основной уже совершенной деятельности и проектированием новой мыслительной активности; умение адекватно оценивать свои профессиональные планы и устремления; способность к критической оценке уже сделанного с точки зрения экологичности (представления о последствиях) полученного результата.

Творческий аспект рефлексивного развития мышления и личности является основным в русле проблем современной рефлексивной педагогики (Н.Г. Алексеев, О.С. Анисимов, А.А. Бизяева, Б.С. Вульф, Ю.В. Громыко, В.В. Давыдов, М.В. Кларин, Ю.Н. Кулюткин, Л.И. Мишик, С.Д. Неверкович, П.А. Оржековский, Г.П. Похмелкина, И.Н. Семенов, В.И. Слободчиков, С.Ю. Степанов, Г.Н. Сухобская, А.А. Тюков). Гуманистический аспект развития профессионального творческого мышления и научно-практической рефлексии в профессиональном последипломном образовании изучался в рамках педагогики, психологии, акмеологии, менеджмента (И.В. Байер, Р.Н. Васютин, И.М. Войтик, В.М. Дюков, О.И. Лаптева, Л.И. Мишик, О.А. Полищук, Г.Ф. Похмелкина, Ю.А. Репецкий, С.Ю. Степанов, Л.В. Шибаева) и оптимизации профессионального (В.Г. Аникина, О.С. Анисимов, Г.И. Давыдова, А.А. Деркач, С.В. Дмитриев, В.А. Кальней, М.В. Кларин, Н.А. Коваль, О.Д. Ковшуро, И.Н. Семенов) и школьного (Т.Г. Болдина, Л.Д. Григоровская, Л.А. Найденова, П.А. Оржековский, И.Н. Семенов, С.Ю. Степанов) образования, применения инновационных моделей и технологий обучения (В.В. Гузев,

М.В. Кларин, В.Ю. Питюков, Г.В. Селевко, В.А. Сластенин), трудов теоретиков и практиков туризма (И.В. Зорин, А.В. Квартальнов, В.С. Преображенский, В.Д. Чепик).

Таким образом, налицо изменение самой парадигмы построения системы отечественного образования – развивающее образование перестало оставаться только научной концепцией и преобразуется в реальную практику образования, предполагающую специальную организацию развивающего событийного (Г.И. Давыдова) пространства на основе личностно ориентированных рефлексивных технологий.

Однако в педагогической практике идеи творческого взаимодействия, связанного с применением рефлексивных технологий в обучении студентов – будущих менеджеров, реализуются далеко недостаточно.

По мере ослабления централизованной системы управления перед туристскими организациями встали вопросы реализации нового подхода к управлению человеческими ресурсами. Решение этих вопросов требует от менеджера наличия других умений и навыков, чем те, которые были достаточны для руководителя старого типа. Сложная по своему содержанию и динамичная по протеканию управленческая деятельность требует от руководителей способности ее осмысления и переосмысления с целью отказа от принятых стереотипов мышления, адекватного видения обстоятельств как результата этой способности, изменения отношения – рефлексии. Новая парадигма в управлении связана с переходом к рефлексивной политике, проявляющейся не в силовой аргументации, а во взаимодействии с учетом интересов противоположной стороны.

Таким образом, рефлексия становится способностью субъекта к активному переосмыслению тех или иных содержаний индивидуального сознания, деятельности, общения. Рефлексия выступает как механизм инноваций, связанный с ретроспективным осознанием основной, уже совершенной

деятельности и проектированием новой мыслительной активности.

В каждодневной профессиональной деятельности осуществляется рефлексия способов деятельности. Максимальная эффективность возможна в ситуациях высокой личностной вовлеченности, значимости человека.

В системе «руководитель – сотрудник» у каждого свое видение наличной ситуации, цели (желаемой ситуации) и спосо-

бов ее достижения (сосредоточение энергии и усилий) и свое представление о последствиях. Представление о последствиях своих действий можно выразить в виде реальных реакций субъектов и объектов управленческой деятельности на ситуацию.

Представим рефлексивно-управленческую технологию преодоления проблемной ситуации в виде табл. 1, где этапы развития ситуации соотносятся с рефлексией способов действия.

*Таблица 1*

**Рефлексивно-управленческая технология преодоления проблемной ситуации**

<b>Этапы развития ситуации</b>	<b>Шкала позиций в преодолении проблемы</b>
Возникновение проблемы	Что хочу? Что не так? Чего не хватает? В чем затруднение?
Намерения по развитию ситуации	Чего я хочу добиться? Каковы мои реальные притязания? Какой опыт преодоления подобных ситуаций имею?
Определение ценностей	Какую цель стремлюсь достичь? Ради чего? Какой результат меня устроит? Что я готов преодолеть на пути решения?
Замысел решения проблемы	Взвешивание «за» и «против». Поиск существенных аргументов. Рассмотрение имеющихся ресурсов и возможностей. Оформление конфигураций замысла
План разрешения проблемы	Реальная оценка границ собственных возможностей. Прогностическая оценка эффективности решения
Действия по решению проблемы	Рефлексивная сборка имеющихся возможностей. Реальные действия по разрешению ситуаций. Прогностическая оценка эффективности результата
Результат	Степень удовлетворенности результатом. Какой новый опыт получили? Оценка адекватности полученного результата усилиями по разрешению проблемы

Исследования в области становления рефлексии показывают, что условием ее осуществления являются организованное взаимодействие участников и личностная позиция каждого в соответствии с направленностью его личности (Г.И. Давыдова, Ю.М. Забродин, С.Ю. Степанов).

Отметим, что и в любой команде руководителей у каждого свое видение наличной ситуации, цели (желаемой ситуации), путей ее достижения, последовательности действий. В связи с этим возникает понятие «намерения» – то, на чем сознательно или бессознательно концен-

трируется энергия руководителя, сосредотачиваются его усилия, что определяет результат (Г.И. Давыдова).

В исследованиях Г.И. Давыдовой выделены три уровня межсубъектного взаимодействия в соответствии с тремя уровнями рефлексивности:

- 1) информативный – формальная передача и обмен информацией;
- 2) нормативный – передача личностно регламентированных инструкций и конкретно-действенных организационных установок;
- 3) рефлексивный – возможное переосмысление стереотипов сознания в

условиях проблемно-конфликтных организационных преобразований.

Ю.М. Забродин соотнес выделенные уровни управленческого взаимодействия с принципами поведения — ведущими в деятельности субъектов управления:

- 1) боязнь наказания (оценки, отвержения);
- 2) искание «наград»;
- 3) путь саморазвития и познания.

Эффективность действия данных принципов проявляется при решении проблемной ситуации, где индивидуально-оптимальное поведение личности выступает как самооценка субъекта. Наиболее характерные формы такого поведения: *избегание* проблемы, *агрессивность* в ее решении, *ориентировочное поведение*, *поисково-творческий выход* из ситуации высокой степени неопределенности.

Изложенное выше позволяет сделать вывод о характере управленческих взаимодействий: начальная необходимость отражения проблемы; выяснение, учет и согласованность интересов; оптимальное разрешение ситуации.

Целью организации рефлексивного поведения в процессе профессиональной подготовки менеджера является формирование производственного поведения сотрудников, обеспечивающего достижение организационных целей. Данное поведение должно определяться двумя основными факторами: желанием выполнить требуемые функции и способностью к их выполнению.

Г.И. Давыдова выделяет три типа направленности личности и соответствующие им оптимальные способы поведения сотрудников (табл. 2).

Таблица 2

Типы направленности личности и соответствующие им способы поведения

Направленность	Характеристика	Способы поведения	Цель поведения
Рецептивная	Получение желаемого из внешнего источника (из вне)	Прагматическое — получение конкретного результата в непосредственной ситуации взаимодействия. Эгоцентрическое — потребность в особом отношении к себе	Получение желаемого из внешнего источника. Поиск своеобразного «верного помощника»
Ингибирующая	Ориентация на следование внешним поведенческим нормам	Имитационное — дисциплинированность во всех проявлениях. Целевое — целеустремленность, способность выгораживать конкурентные потребности и мотивы	Целесообразность, практицизм, выгода, экономия. Сбор информации с ее дальнейшим максимально эффективным использованием
Рефлексивная (творческая)	Ориентация на организацию	Конформное — ориентация на функционирующие ценности. Конструктивное — расширение сознания и социализация личности	Зеркальная зависимость от ситуации успеха. Развитие личности в процессе преодоления противоречий

Охарактеризуем сотрудников разного типа направленности с позиций положительных и отрицательных проявлений профессиональной деятельности.

Сотрудник с *рецептивной направленностью*:

«+» — хороший слушатель и исполнитель, имеет запас умственных способностей, оптимистичен и дружелюбен;

«-» — практически не созидает идеи, а только воспринимает их, не генерирует собственные идеи, занижает самооценку.

Сотрудник с *ингибирующей направленностью*:

«+» — дисциплинированность, прилежание, осмотрительность, осторожность, взвешенность решений, сбор всевозможной доступной информации, продуманность выводов;

«-» — жестко нормирует условия, подавляет как гнев, так и радость, но не может перебороть страх (так как он основан на торможении); ожидает.

Сотрудник с *творчески-рефлексивной направленностью*:

«+» — человек организации, мыслит, формирует и оценивает себя в рамках принадлежности к своей организации, в ее рамках творчески активен, нестандартен;

«-» — событийная направленность личности, возможность разной ориентации в ситуациях взаимодействия и взаимоотношения с людьми; конструктивное развитие взаимодействия в контексте развития организации.

Отметим, что рефлексивный характер направленности личности предполагает разный характер поведения в различных ситуациях взаимодействия и взаимоотношений с людьми.

В процессе решения рефлексивно-управленческих задач, организации оптимальной направленности поведения происходит развитие личностно-творческого ресурса человека, а также конструктивной направленности личности сотрудника. Это связано с развитием рефлексивной способности, где содержание сознания субъекта, его деятельность и общение становятся предметом осмысления, переосмысления и преобразования в значимых для него ситуациях.

Компетентное поведение сотрудника в ситуациях нестандартных, проблемно-конфликтных, требующих конструктивного разрешения, определяется следующими рефлексивно-диалогическими критериями:

1. Критерием самоопределения, выбора своей позиции по отношению к проблемной ситуации, актуализацией потребностей и смыслов.

2. Критерием, связанным с осознанием своей готовности действовать в определенном направлении, реальных возможностей и связанных с этим объективных предпосылок.

3. Критерием ценностного отношения к происходящему, избирательности своего поведения, осознания сильных и слабых (внутренних и внешних) сторон своей позиции.

4. Критерием осознания «Я»-концепции, мотивов своего конкретного поведения в рамках имеющихся обстоятельств («здесь и теперь»).

5. Критерием способности к планированию на основе информации о средстве, имеющихся в данный момент и прогностически необходимых для решения задачи, опорой на имеющиеся ресурсы и поиск недостающих.

6. Критерием способности к осознанию своей ответственности за результат — получение некоторого конкретного результата или совершение поступка, подтверждающего реалистичность намерений и обязательств.

Применение этой технологии основывается на рефлексивном анализе менеджера характера управленческой ситуации и выборе цели, служащей ориентиром для принятия решений. Целью рефлексивно-управленческой практики является процесс развития направленности личности, целостности самоотношения, оптимизации развития рефлексивно-личностного потенциала.

С развитием рефлексивно-инновационного процесса связано определение личностной оценки (самооценки). Самооценка предполагает:

- самоопределение — выбор смысловой жизненной позиции, осознанность потребностей;
- намерения — самооценка своих намерений, взвешивание «за» и «против»;
- осознание целостности «Я» — ценностное отношение к происходящему, к личным качествам, способности к действию;

- осознанность цели — дифференциация и обобщение знаний о себе, чувственно-мысленно-поведенческое восприятие жизненных установок;

- осознание возможности реализации принятого решения — определение результатов в решении проблемы, реалистических намерений и обязательств;

- осознание своей ответственности за результат — анализ действий, связанных с решением проблемы, апелляция к интересам включенных в проблему лиц, определение достигнутых ценностей.

Процесс рефлексивного поведения строится на сочетании диалога о способах изменения взаимодействий, изменении собственного ценностного отношения, адекватного регулирования желаний и чувств. Это приводит к положительным конструктивным изменениям самооценки личности: самооценка повышается, если в любом взаимодействии принимаются во внимание направленность, потребности и проблемы человека. Профессионализм менеджера туристской организации на данном этапе развития туризма предполагает владение *рефлексивно-диалогическими технологиями* принятия управленческих решений. Применение этих технологий основывается на рефлексивном анализе менеджером характера управленческой ситуации и выборе факторов, служащих ориентиром для принятия решений. В исследованиях Г.И. Давыдовой данных факторов три: оперативный, результативный, мотивационный.

1. *Оперативная управленческая технология*: предполагается, что менеджер принимает решения, касающиеся персонала, на основе процесса наблюдения и анализа его деятельности. Такая технология эффективна в процессе обучения и адаптации, а также в процессе тестирования и аттестации персонала. При этом анализируются степень личностной включенности работника в процесс адаптации, осмысление и переосмысление характера своей деятельности. Так, адаптивные способности личности вы-

ражаются в эмоционально-позитивном отношении к ситуации, готовности видеть и понимать в ней свою роль и ответственность. Уровень осмысления связан с адекватностью обращения сотрудника к своему прошлому опыту, анализом своих знаний, имеющихся приемов и умений, осмыслением своего опыта в данной ситуации. Способностью к переосмыслению определяется рефлексивный характер применения имеющихся у человека стереотипов опыта, знаний и приемов деятельности, способностью сотрудника увидеть ситуацию со стороны всех ее объективных противоречий и переосмыслить свое отношение к ним.

2. *Технология управления по результатам*: коррективы в деятельность сотрудника на очередной период вносятся в зависимости от достижения запланированных результатов в предыдущем. При этом анализируются не только сам характер результатов, но и те способы, качества и приемы, которые обеспечили достигнутый уровень успешности.

В данном случае основным управленческим приемом является оценка степени новизны полученного результата (творческая результативность). Также выделяются: 1) ситуативно-стереотипные, стандартно-нормативные и рефлексивно-творческие решения; 2) конструктивное поведение (его формы — адаптивное, целевое и творческое); 3) деструктивное поведение, целью которого является защита «Я» (стереотипное, стандартное и блокирующее). Кроме этого, выделяется формальное поведение, когда работник проявляет собственное отношение к оценке своей деятельности.

3. *Технология по мотивационному фактору*: ориентирована на достижение работниками личных задач в контексте решения задач организации. Эти задачи оформляются (совместно с непосредственным руководителем) в виде документа — так называемой Декларации.

Идея такого подхода сформулирована одним из крупнейших специалистов

в области менеджмента П. Друкером. Практика показывает, что данная технология обеспечивает глубокое понимание сотрудниками целей организации и подразделений. Рефлексивная парадигма формулирует эту идею так: мотивационная установка руководителя в развитии практического взаимодействия с сотрудником связана с поддержкой в его попытке опереться на свою рациональность, на свою способность видеть вещи объективно, благодаря своему, особому образу организованной присоединенности к другим.

Такая установка на сотрудничество ведет к лучшему исполнению сотрудниками своих обязанностей, улучшению взаимодействия в системе управления между руководителями и исполнителями, дает возможность предоставить последним больше полномочий, регламентировать существующие нормы, нормативы и стандарты деятельности, создает основы для более объективного контроля и поощрения работников.

Мотивационное управление начинается так: шаг № 1 – определение сотрудниками желаемого результата; шаг № 2 – анализ того, что уже сделано на данный момент; шаг № 3 – детализация того, что, почему и как должно быть сделано (и почему так, а не иначе); шаг № 4 – создание Декларации. Последняя позволяет, во-первых, определить круг конкретных лиц, ответственных за то или иное дело, и обязанности каждого из них в процессе решения задач на разных этапах реализации основных целей; во-вторых, усилить связь между официальными и личными целями; в-третьих, создать необходимую основу для персонифицированного морального и материального поощрения в соответствии с тем вкладом в общее дело, который каждый собирается внести.

Показателем продуктивности совместной деятельности менеджера и работника на этом этапе выступает характер идентичности работника по отношению к проблемно-конфликтной ситуации. Так,

сотрудник может находиться на уровне: эмоционально-непосредственного отношения к ситуации; своего наличного опыта и имеющихся у него способов действия; ценностно-мотивационного отношения, позволяющего рассматривать ситуацию с точки зрения разных позиций, возможностей отыскания необходимых ресурсов.

Таким образом, мотивы и цели, содержащиеся в Декларации, не являются формальными, навязанными исполнителями «сверху», во многом это их цели, реализуемые с гораздо большей заинтересованностью, чем сугубо официальные.

Рассмотрим каждый фактор в контексте рефлексивных управленческих технологий.

■ *Оперативная управленческая технология*: принятие менеджером оперативных решений по проблемам персонала на основе постоянного наблюдения и анализа деятельности персонала. При этом учитывается степень личностной включенности каждого в ситуацию, адаптационные возможности личности, осмысление и переосмысление своей роли в ней и степени своей ответственности за позитивное разрешение проблемы. Применение имеющихся у человека стереотипов опыта, знаний и приемов деятельности носит рефлексивный характер.

■ *Результативная технология*: цели деятельности персонала на очередной период ставятся в соответствие с предыдущими достижениями. При этом анализируются не только характер результата, но и способы, приемы, качество, обеспечившие достигнутый уровень успешной деятельности.

Основным в данном случае управленческим приемом является оценка степени новизны полученного результата.

■ *Мотивационная технология*: достижение работником личных задач в контексте решения задач организации. Эти задачи оформляются совместно с непосредственным руководителем в виде Декларации.

Мотивационное управление происходит пошагово:

- 1) определение желаемого результата;
- 2) анализ сделанного на данный момент;
- 3) детализация того, что должно быть сделано (что, как, когда);
- 4) создание Декларации (определение круга ответственных лиц, обязанностей каждого на разных этапах достижения целей);
- 5) коррекция выполняемых действий;
- 6) установление сроков выполнения промежуточных задач и окончательных сроков.

Для того чтобы сформированные в Декларации мотивы реально повышали трудовую активность персонала, они должны соответствовать основным принципам и методам работы, принятым в организации, интересам персонала, быть достаточно значимыми, трудными и увлекательными, пробуждать в людях азарт и стремление проявить себя. Считается,

что наибольшее стимулирующее воздействие оказывает цель, вероятность достижения которой составляет 50%.

Мотивационная технология, связанная с оформлением Декларации, связана с обеспечением условий для развития самоанализа личности в проблемно-конфликтной ситуации, какой, по сути, является сам процесс ее оформления, предполагающий прохождение ряда стадий. В основу этой методики положено моделирование элементов проблемно-конфликтной ситуации, связанное с развитием личностного поведения человека в условиях решения творческой задачи.

Описанные технологические схемы управленческих решений направлены на развитие инновационного взаимодействия в организации и представляют отражение рефлексивных методов развития личности в событийном взаимодействии с учетом интересов.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Давыдова Г.И. *Рефлексивно-диалогический подход в развитии профессиональных качеств менеджера: учеб. пособие. Краснознаменск, 2006.*

2. Давыдова Г.И. *Рефлексивно-диалогический подход в психологии развития само-*

*оценки // Рефлексивный подход к психологическому обеспечению образования. М.; Ярославль: Ремдер, 2004. С. 124–130.*

3. Друкер П. *Управление, нацеленное на результаты. М.: Технологическая школа бизнеса, 1992.*

УДК 378:001.891

А.М. ЧЕРНИКОВ

## РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В КИТАЕ

*Рассматриваются проблемы развития профессионального туристского образования в Китайской Народной Республике. Делается акцент на формирование и развитие учебных методических программ в сфере китайского туристского образования. Рассматриваются тенденции его развития.*

*Ключевые слова: профессиональное туристское образование, туристская индустрия, учебная программа туристского образования, профессиональная школа и университеты туристского образования.*

*This material addresses the problem of professional tourism education in China People Republic. The emphasis is on forming and developing educational programs in the field of Chinese tourism education. The material also addresses the tendencies of developing of Chinese tourism education.*

*Key words: professional tourism education, tourism industry, curriculum of tourism education, vocational school and university of tourism education.*

Понятие современного туризма в Китае появилось после проведения экономической реформы, начавшейся в 1978 г. Развитие туристского образования в Китае обусловлено стабильным ростом в стране туристской индустрии.

Туристское образование в школах по туризму началось в 1978 г. В октябре 1978 г. была открыта средняя специальная общеобразовательная школа «Туристская техническая школа Дженсу» (в настоящее время — «Туристская школа в Нанджине»), а в октябре 1979 г. основан первый институт высшего образования по туризму — Шанхайский институт по туризму. С этих пор туристские колледжи и школы росли как грибы по всей стране. Среди них такие, как Сычуаньская туристская школа, Гуйлинский специализированный туристский институт, Пекинский институт по туризму.

В 1980 г. второй Пекинский лингвистический университет, в настоящее время — Пекинский международный университет, был присоединен к Китайской национальной туристской администрации

(КНТА). С начала 1980-х гг. КНТА выделяет средства для некоторых университетов, а именно: Далянского лингвистического университета, Нанкайского университета и Северо-западного университета. Выделенные средства помогают разработать туристские программы в целях удовлетворения насущных проблем с профессиональными туристскими кадрами, имеющими высшее образование.

В начале 1990-х гг., с продолжением проведения глубокого реформирования высшего образования в стране и ростом спроса на профессиональные туристские кадры с высшим образованием, а также в связи с быстрорастущей китайской туристской индустрией многие институты профессионального высшего образования стали создавать туристские специальности и образовательные программы, основанные на существующих соответствующих программах. В 1990-х гг. китайское туристское образование вошло в фазу быстрого развития.

В табл. 1 приведены данные о росте числа туристских школ (колледжей) и числа студентов в период с 1990 по 2003 г.

Таблица 1

Рост числа туристских школ с 1990 по 2003 г.

Год	Школы, колледжи		Студенты (тыс.)	
	Число	Рост, %	Число	Рост, %
1990	215		49,0	
1991	266	23,7	58,1	18,6
1992	258	-3,0	61,4	5,7
1993	354	37,2	82,7	34,7
1994	399	12,7	102,1	23,5
1995	622	55,9	139,3	36,4
1996	845	35,9	204,3	46,7
1997	936	10,8	221,5	8,4
1998	909	-2,9	233,8	5,6
1999	1187	30,6	276,4	18,2
2000	1195	0,7	327,9	18,6
2001	1152	-3,6	342,8	4,5
2002	1113	-3,4	417,0	21,6
2003	1207	8,4	459,0	10,1

Развитие туристского профессионального образования в Китае началось с адаптивного этапа обучения, основанного на базовых навыках для отдельной профессии. Сейчас уже создана широкая национальная сеть туристского профессионального образования, управляемого на трех уровнях: непосредственно государством, местными властями и предпринимательством. В 2003 г. в Китае насчитывалось порядка 19 млн 296 тыс. человек, занятых в сфере туризма. Все они осваивали различные обучающие программы, предлагаемые на различных уровнях туристского образования и в учебных заведениях, которых насчитывалось 27,9% от общего числа людей, занятых в сфере туристской индустрии в 2003 г. (КНТА, 2003).

К концу 2003 г. число туристских школ и колледжей возросло до 1207, а число учащихся составляло порядка 459 тыс., в то время как в 1990 г. насчитывалось порядка 215 школ и 49 тыс. учащихся.

Среднегодовой прирост с 1990 по 2003 г. составил 15,6% по числу учебных заведений и 19,4% по числу учащихся. Из данных табл. 1 видно, что шкала туристского образования с 1990 г. росла. Однако с 1997 г. уровень роста туристского образования начал снижаться, что объясняется переориентацией страны на повышение качества выпускаемой продукции, а также нуждами рынка. При этом каждый год большое число учащихся получают дипломы об образовании в сфере туризма, предлагаемом The Television Institution, вечерними школами, колледжами и центрами сертификации. К сожалению, на настоящий момент нет официальных данных о числе выпускников этих учебных заведений. В 2003 г. 1 929 600 работников в сфере туризма из различных частей и секторов туристской индустрии прошли различные тренинги и курсы без отрыва от работы (табл. 2). Было посчитано, что 27,9% общего числа служащих заняты в туристской индустрии в этом же году (КНТА, 2003).

Таблица 2

**Число сотрудников в китайской туристской индустрии, посетивших различные образовательные программы**

Всего	1 929 646
Отели	1 325 440
Бюро путешествий	348 808
Туристские достопримечательности	160 248
Туристские перевозки	58 366
Административное управление	19 843
Другое	16 941

В соответствии со статистикой порядка 70% учащихся обучались в высших учебных заведениях, 35% в туристских школах и колледжах, 10% в аспирантуре и докторантуре. Сейчас туристское образование сформировано по типу пирамидальной системы: от начального до среднего образования, высшее образование, аспирантура и докторантура.

Поскольку в 1990 г. был поднят вопрос о подготовке туристских кадров на туристских предприятиях, в Китае была создана рационально структурированная трехуровневая система обучения, а именно:

- 1) государственная программа;
- 2) программа в соответствии с местными властями;
- 3) программа в учебных заведениях или на туристских предприятиях.

Каждый уровень несет с собой разную функцию в туристском обучении с национальным туристским управлением, включая макроменеджмент и обучение генеральных менеджеров. Местные туристские бюро обеспечивают местное управление и обучение менеджеров среднего звена, а туристские предприятия обучают рядовых сотрудников. Обучению преподавателей в области применения и использования учебных курсов стало уделяться больше внимания, чем когда-либо. Однако акцент в туристском обучении и посей день направлен на подготовку рядовых, линейных сотрудников, а не на сотрудников, занятых в сфере управления.

На данный момент качество и инновации туристского образования нуждаются в продвижении, потому что из-за большого спроса на туристские кадры в Китае туристское образование в стране стало расширяться благодаря принятию в 80–90-х гг. прошлого века модели развития. Однако такое расширение привело к дублированию образовательных программ и вложению дополнительных инвестиций. Как результат, эффективности программ едва ли можно было достичь, образовательные программы не могли полностью использоваться и возвращение инвестиций в образование оставалось низким.

Объекты туристского образования на различных уровнях были нечетко сформулированы. Настоящая проблема заключалась в следующем.

1. Базовое образование включает в основном теорию. А так как туринду-

стрия – это быстро развивающаяся отрасль, то базовое образование в сфере туристского управления должно комбинировать теоретический и практический курсы и быть приближенным и вовлеченным в саму туриндурию.

2. Нет большой разницы между высшим образованием и базовым образованием.

3. Образование не может называться профессиональным, поскольку мало отличается от обычного. Профессиональное образование должно быть направлено на подготовку кадров с дальнейшим трудоустройством.

4. В образовательных программах отсутствуют четкие цели.

Для улучшения качества образования необходима эффективная система оценки. Однако во многих школах она отсутствует или происходят тщательные исследования оценки для последующего улучшения системы.

Технология обучения и учебная литература нуждаются в обновлении. В целом ряде институтов преподаватели следуют классической системе обучения: преподаватель проводит лекцию, а студенты записывают. В этой системе не очень много взаимодействия между преподавателем и обучающимся. Экзамены базируются на содержании книг. Такой метод обучения может дать хорошие теоретические знания студенту, но не позволяет выработать креативность, оригинальность и способность решать различные проблемы непосредственно в рабочей обстановке.

С ростом туристского образования в Китае встал вопрос о квалифицированных преподавателях. На данный момент многие преподаватели в туристском образовании были привлечены из других сфер, таких как иностранные языки, история, экономика, география и т.д. Более того, многие из них не имеют опыта в сфере туризма и, соответственно, не совсем хорошо понимают практическую сторону туриндурии как в Китае, так

и за границей. В связи с ее быстрым ростом и появлением все более новых технологий, а также различных стандартов и правил знания преподавателей и метод обучения морально устарели, поэтому улучшение профессионального туристского образования — задача сложная.

Необходимо также увеличить число стажировок и установить тесные связи с предприятиями туристской индустрии. Главной целью туристского образования является подготовка профессиональных кадров для индустрии, поэтому туристское образование должно иметь обширные практические тренинги. В настоящий момент в китайском туристском образовании доля практических занятий и стажировок приходится на среднее специальное образование, так как оно в основном готовит рядовых, линейных сотрудников.

Некоторые школы организуют одно- или двухмесячные стажировки для четырехгодичного бакалавриата и трехгодичного магистерского образования, несмотря на то что соглашений на проведение стажировок нет. Таким образом, выпускники этих школ не могут отвечать требованиям туристской индустрии, и туристские компании не охотно принимают их на работу.

В связи с быстро развивающимся туризмом формируется механизм, интегрированный с мировой практикой и адаптированный под характеристики и нужды рынка Китая: создается туристское образование и система обучения в школах и колледжах, проводится сертификация квалификаций, разрабатываются базы практик и технической оценки, развивая индивидуальное образование с высокой маркой.

Туристское образование должно обеспечить надежную основу человеческих ресурсов для развития туристской индустрии. Необходимо, чтобы оно развивалось в масштабах всей страны. Всеобъемлющая сеть туристского образования должна основываться на продвижении туристских осведомленностей, знаний и эстетики туриз-

ма, а также направлений в развитии туризма и создании хорошей окружающей среды для путешествий и туризма.

Основанная Ассоциация туристского образования, подчиняющаяся Китайской туристской ассоциации, должна усовершенствовать качество туристского образования, исследований и научной литературы, усилить обмен между туристскими институтами, предприятиями и правительственными департаментами и создать попутно окружающую среду для обновления академических должностей туристских дисциплин.

В настоящее время туристские школы и колледжи в Китае предлагают более чем 30 программ в сфере туризма на различных уровнях обучения, которые затрагивают практически все зоны туристской индустрии. Управление туризмом и гостиничный менеджмент являются главными учебными программами в туристском образовании. Также были введены новые программы, такие как:

- управление туристской недвижимостью;
- управление в сфере организации мероприятий и конгрессов;
- развитие и дизайн туристского мастерства;
- электронная коммерция;
- наука об окружающей среде;
- антропология в туризме и т.д.

На данный момент основными программами в высших учебных заведениях являются:

- «Экскурсоведение» — в таких странах, как Англия, Япония, Франция, Германия, Испания, Объединенные Арабские Эмираты, Россия, Италия и т.д.;

- «Экономика и менеджмент» — менеджмент в туризме, гостиничный менеджмент, бухгалтерский учет в туризме, гостиничные финансы и бухгалтерия, менеджмент и развитие туристских ресурсов, управление туристскими агентствами, маркетинг и т.д.;

- «Педагогика» — гостиничный менеджмент, менеджмент на комбинате обще-

ственного питания, культура и этика в туризме, туристское образование и т.д.;

- **Технические** — пищевое искусство, технология продуктов общественного питания, инженерия в гостиницах и т.д.

Главными программами в средних специальных учебных заведениях являются:

- «Экскурсоведение» — в таких странах, как Китай, Англия, Япония и т.д.;

- «Сервис и управление» — гостиничный сервис и управление, сервис в туризме, секретарская работа, бухгалтерский учет, охрана в гостиницах, этикет и связи с общественностью и т.д.;

- «Технические» — технология продуктов общественного питания в Китае и на Западе, управление в сфере технологии продуктов общественного питания, китайская или западная выпечка, салон красоты, бармен, гостиничное электроснабжение, гостиничные холодильные установки и т.д.

Кроме того, реформам и инновациям содержания и методов обучения в туристских школах и колледжах придается большое значение в исследованиях по разработке туристских дисциплин и программ, особенно в разработке системы науки туризма и создании ключевых направлений. Полученный результат исследований предоставили руководству, туристским шко-

лам и колледжам для разработки учебных программ. Между туристскими школами и колледжами появляется все большее сотрудничество и обмен информацией, проводится большее число конференций и семинаров в сфере туристского образования, которые значительно улучшают уровень исследований, проводимых в туристских школах и колледжах. Многие университеты взяли на себя ответственность за проведение различных исследований, финансируемых государством, местными властями и крупными предприятиями туризма. Результаты этих исследований, проектов в основном применимы для развития туристской индустрии.

В Китае каждый год на различных уровнях проходят семинары и форумы по туризму. На этих конференциях происходят обучение и обмен опытом, информацией и знаниями между менеджерами и преподавателями в сфере туризма. Это способствует косвенному улучшению качества китайского туристского образования.

Таким образом, история развития туристского образования в Китайской Народной Республике свидетельствует о его высоком динамизме, мобильности в соответствии требованиям современного этапа развития туризма.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Airey D., Tribe J., University of Surrey, U.K. *An International Handbook of Tourism Education*, Elsevier, Oxford U.K.

2. China National Tourism Administration. *CNTA statistical report on China's tourism educa-*

*tion in 2003. Unpublished government document. 2003.*

3. Qiy Y. *A summary of researches on tourism education in China // Tourism tribune. 2004. Special Issue of tourism Education. P. 173–175.*

И.А. ЗАРАЙСКИЙ

---

**ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ  
ПРЕЗЕНТАЦИИ ТУРИСТСКИХ  
ДЕСТИНАЦИЙ**

---

*Рассматриваются педагогические аспекты разработки презентаций туристских дестинаций. Дается определение понятию туристской дестинации. Рассматриваются вопросы информационной грамотности населения. Делаются выводы о необходимости обучения специалистов туристской сферы в области информационных технологий.*

*Ключевые слова: профессиональное туристское образование, туристская дестинация, презентации, информационные технологии.*

*This paper discusses the pedagogical aspects of the development of presentations of tourist destinations. It provides a definition of the concept of a tourist destination. Considers the issue of information literacy. Gives conclusions about the need to train professionals of tourist areas in information technology.*

*Key words: professional tourist education, tourist destination, presentation, information technology.*

Сегодня туристская индустрия является наиболее интернациональной и динамичной сферой мировой экономики. Конкуренция на рынке обусловлена прежде всего большим числом участников в сфере туристских услуг. В современной конкурентной среде преимущество имеют участники рынка, способные представлять туристские услуги на более высоком уровне, с применением современных информационных средств общения с потенциальными клиентами. Ввиду этого важно осуществлять подготовку кадров, обладающих компетенциями, необходимыми для эффективного продвижения и позиционирования на рынке туристских услуг.

Презентации за последнее время глубоко проникли в процессы обучения и работы. Мы постоянно сталкиваемся с тем, что какой-либо предмет или услугу нам пытаются визуализировать различными мультимедийными средствами, которые подходят под описание презентации.

Неважно, какие технологии при этом используются, конечный результат, как правило, это дополнительный инструмент, способствующий качественному восприятию. Но сначала дадим определение такому понятию, как дестинация.

Туристская дестинация — это место, имеющее реальную или умозрительную границу, политическую, физическую или рыночную, и привлекающее туристские потоки за счет собственных эффективных возможностей. Во всем мире дестинации, представляющие историческую, культурную, рекреационную, спортивную, паломническую ценности, существуют и развиваются за счет средств, получаемых от туристов. Главной целью субъектов управления туристской дестинацией является создание, поддержание или изменение направления, соответствующего потребителям туристского продукта региона. В свою очередь, создание туристского продукта, а также его планомерное развитие внутри дестинации осуществляются специалистами различных направлений.

Одним из наиболее важных моментов для развития туристской дестинации служит рекламная кампания, доведение готового продукта до потребителя. Для этого имеется достаточно широкий спектр методов и способов подачи (телевидение и радиовещание, печатные издания, а также Интернет).

При этом важно в первую очередь создать ясное представление для клиентов, чтобы заинтересовать их. Ведь даже очень сильный оратор не способен словами передать все краски, которые содержат в себе туристские дестинации на разных континентах нашей планеты.

Достаточно привычным является тот большой объем информации, с которым ежедневно сталкивается каждый человек дома, по дороге на работу, учебу, а также на отдыхе. Сегодня наши мобильные устройства позволяют нам посещать интернет-ресурсы, просматривать и посылать электронную почту в таком виде, в котором мы привыкли видеть ее, работая за персональным компьютером или ноутбуком. Нас повсюду окружают рекламные постеры, в Интернете мы «боремся» с надоедливой рекламой в браузерах компьютеров. Совершенно обыденным стала ежедневная сортировка от «спама», который приходит на ящики электронной почты.

Современный высокотехнологичный мир дает нам возможность не только созерцать эти процессы, но и создавать, что не столько важно (как может показаться на первый взгляд), знание технической составляющей как умение выстроить четкий образ будущего продукта. Собрать в единое целое в специальной программной оболочке такие мультимедийные средства, как фото, аудио, видео, мы можем получить еще один, настолько привычный и воспринимаемый как часть повседневной жизни и актуальный в маркетинге инструмент, как презентацию.

Презентации – это бизнес-инструмент, сопровождающий конференции, тренинги и выставки. Независимо от того, на-

сколько крупным является предприятие, презентация повсеместно сопровождает рабочие процессы. Компании совершенно нормально функционируют, продукты разрабатываются, запускаются, доходят до потребителя. Однако многие фирмы спасаются именно благодаря качеству выпускаемых презентаций. Из миллиона презентаций, проводимых каждый день, только малый процент делается на достойном уровне.

В учебном процессе презентации являются незаменимым образовательным инструментом, учитель вдохновляет своих учеников, так как создает незабываемые моменты, готовит привлекательные слайды, а сложно воспринимаемую информацию делает наглядной.

Стоит отметить, что часто, готовя презентацию в виде слайдов, люди забывают о том, что это всего лишь фон, который должен сопровождать выступление, добавляя в нее яркие графические элементы, мигающие шрифты и сложно воспринимаемую глазом цветовую гамму. Допускаются такие ошибки, слушающий сосредотачивает внимание на слайдах и пропускает слова выступающего. Изобилие красок очень часто встречается в современных презентациях. Даже в такой области, как туризм, презентация для выступления должна быть очень тщательно продуманной. Должны учитываться те места выступления, где необходимо сосредоточить внимание слушающего на ораторе, и наоборот, где участник процесса может представить себе слова презентатора, посмотрев на диаграмму или какой-либо графический элемент.

Подготовка презентации туристских дестинаций является одним из основных элементов маркетинга в туристском бизнесе. В эпоху высоких технологий очень легко запутаться в видах презентаций, как и в основных алгоритмах создания в той или иной программной среде. Мы не берем в расчет всем известный способ подготовки слайдов, знания о котором даются в самом начале обучения при

работе с офисными продуктами компании Microsoft. Всем известна база, которая дается на курсах пользователя ПК в период обучения работы с текстовыми редакторами, таблицами и, конечно же, презентациями.

Создание эффективной презентации и презентации, сильной с дизайнерской точки зрения, является работой двух разных групп специалистов. Зачастую создание презентации начинается с включения компьютера и открытия программного обеспечения, что на самом деле является недопустимым для достижения эффективности. Также не будет ошибкой сказать, что любой интернет-ресурс — это такая же презентация, только более продвинутая, сложнее создаваемая, обладающая качественно новыми возможностями и, самое главное, доступная каждому, кто имеет доступ к всемирной сети.

Средствами Интернета мы можем прийти к созданию своеобразных электронных дестинаций, мест, которые можно посетить виртуально, увидеть прошедшие праздники, посмотреть достопримечательности и узнать их историю. Посетив дестинацию, построенную в цифровом формате, большинство не смогут остаться равнодушными и захотят увидеть это место, почувствовать природу, попробовать кухню, традиционную для этого места.

Мы живем в век высоких технологий, что заметно сказывается на потреблении туристских услуг. Поэтому подготовка специалиста сферы туризма должна предусматривать не только теоретические знания в области высоких технологий, но также приобретение будущими специалистами туристской сферы навыков проведения всех видов медиа-презентаций. И это еще одно направление, которое неразрывно идет вместе с презентацией, — речь идет о веб-среде, что включает в себя наличие качественного представления турфирмы в виде сайта, а также наличие контекстной и баннерной рекламы на различных интернет-ресурсах, в том числе

ресурсах партнеров [1]. Рекламную деятельность возможно осуществлять также путем разработки мультимедийных приложений, которые можно бесплатно распространять на таких торговых площадках мобильных устройств, как Google Play (под устройства на базе операционной мобильной системы Android [2]), а также в магазинах AppStore, который принадлежит корпорации Apple и предоставляет доступ для всех пользователей мобильной системы iOS [3]. Целесообразно предусмотреть распространение в веб-среде, равно как и на жестких носителях типа CD или DVD. Естественно, что реклама должна распространяться и в различных СМИ.

Важно отметить, что за последние годы технология Flash, которую некоторое время назад применяли во всех интернет-проектах, постепенно уходит из сферы компьютерных технологий ввиду своей незащищенности, так как большинство атак и несанкционированных доступов совершается благодаря ошибкам в коде именно flash-приложений. Поэтому современный специалист не должен обладать достаточным уровнем знаний в области flash-технологий, достаточно понимания основных принципов работы, знание их особенностей, преимуществ и недостатков.

При использовании современных технологий специалист должен обладать навыками эффективного решения широкого круга технологических и психологических вопросов, поэтому для установки контакта с целевой аудиторией и возможности достижения успеха и желаемых результатов необходимо изучение компьютерных технологий и их различных направлений. Важно отметить, что продуктивное влияние на аудиторию возможно при условии разработки информационных материалов с учетом психологических особенностей восприятия [4, с. 100].

Однако в настоящее время уровень подготовки выпускников профильных

вузов не всегда способен удовлетворить требования, предъявляемые турфирмами, которые нуждаются в многогранных и всесторонне развитых специалистах. Основная программа подготовки специалистов туристской сферы не предусматривает всестороннего обучения студентов как для разработки и проведения презентаций туристских дестинаций в целом, так и для продвижения отдельного турпродукта. Кроме того, ввиду перспективы перехода системы образования в Российской Федерации на трехуровневую, вста-

ет вопрос о тщательной проработке программ высшего образования с целью удовлетворения потребностей рынка туристских услуг. Это связано с тем, что в настоящее время при подготовке специалистов в туризме не достаточно уделено внимание вопросам разработки презентационных продуктов. Необходимость более тщательного изучения современных технологий разработки презентаций обусловлена потребностью турфирм в специалистах, способных представлять конкурентоспособный турпродукт.

**ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ**

1. Гарретт Дж. Веб-дизайн: книга Джессика Гарретта. Элементы опыта взаимодействия: пер. с англ. СПб.: Символ-Плюс, 2008.  
2. Приложения Google Play. URL: <https://play.google.com/store/apps>

3. Мультимедийные приложения Apple. URL: <http://store.apple.com/>  
4. Лазарев Д. Продающая презентация. М.: Альпина Паблишерз, 2010.

УДК 377.5

**И.А. КОЛОСКОВ**

**СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ ЛИДЕРСТВА У СТУДЕНТОВ КОЛЛЕДЖА**

*Статья посвящена осмыслению понятия «лидерство», формированию образа лидера в обществе на примере образовательной модели, используемой в Соединенных Штатах Америки. Автором предложены характеристики лидерских качеств, а также предлагается система оценки студентов на предмет обладания лидерскими качествами.*

*Ключевые слова: среднее профессиональное образование, менеджмент, лидерство, воспитание.*

*This article is dedicated to clarify the consistence of the term «leadership» and the way this term formed in social consciousness, utilizing educational model currently in use in the United States of America. The author offers characteristics of leadership qualities and method of leadership evaluation for students.*

*Key words: leadership, pedagogics, education, management.*

Лидерство как качество личности становится за последние годы профессио-

нально значимым качеством. Среди прочих требований работодателей, согласно исследованию, проведенному РЭА «Консалтинг групп», важность наличия ли-

дерских качеств у сотрудников является четвертым среди других профессиональных знаний и умений специалистов. Это свидетельствует о том, что формирование лидерских качеств должно стать целью обучения в профессиональных образовательных учреждениях.

Как отмечает ряд исследователей, в том числе и зарубежных, «помогать студентам развить в себе целостность и силу характера можно считать одной из важнейших и наиболее трудных задач высшего образования» [1, с. 87]. «Все чаще высшее образование превращают в источник потенциальных изменений, которые усматривают в существенной роли развития лидерского потенциала у нынешней молодежи» [2, 3]. Образование и развитие студентов как лидеров давно считается основной задачей для институтов высшего образования, о чем свидетельствуют заявленные цели и все большее использование учебных и внеучебных программ лидерского развития [4]. Исследования показывают, что студенты способны развить собственный лидерский потенциал за период обучения в колледже [5], и этот потенциал в дальнейшем способствует самоэффективности, активной социальной позиции, учебной деятельности и саморазвитию [6, 7]. Это предполагает, что целенаправленное развитие этих качеств может уменьшить то, что ряд ученых [8–10] характеризует как недостаток лидерского потенциала и зарождение лидерского кризиса в американском обществе.

Эти сведения и возрастающее значение результативности обучения в высшем образовании характеризуют лидерство как важный итог обучения в вузе [11]. Однако использование в исследованиях общих способов развития лидерского потенциала вместо конкретных моделей внесло вклад в нехватку эмпирических исследований, базирующихся на теориях, что должны развивать целенаправленную практику. Это привело к трем всеобъемлющим проблемам:

1) значительному разрыву между теоретическим обучением и практикой;

2) недостаточной обеспеченности учебного процесса учебно-методической литературой по развитию лидерских качеств у обучающихся;

3) несформированности учебной среды, направленной на формирование лидерского потенциала.

По нашему мнению, решение этих проблем позволит преподавателям вузов формировать и развивать важнейшие и наиболее востребованные в обществе лидерские качества у студентов.

Исследованию проблемы формирования лидерских качеств предшествует создание модели лидерства, которое концептуально должно обозначить ценности как совокупность качеств, формирующих лидерство.

Разрабатываемая модель учитывает, какие знания есть у студента до поступления в вуз, и отслеживает, какие факторы внешней среды (специальность вуза, самоактивность, лидерская подготовка, социокультурные факторы) прогнозируют результаты. При исследовании используют адаптированный ИЕО-формат, позволяющий учитывать, что исследование носит «поперечный» характер и данные собирались только в конкретный момент. Для фиксации данных о переменных довузовского образования были разработаны ретроспективные вопросы.

Модель социальных изменений лидерского развития образовала теоретические рамки для этого исследования, так как оно было специально реализовано для студентов вузов и выполнялось синхронно с появлением лидерских парадигм. Этот подход построен на постиндустриальной парадигме, предполагающей, что как феномен лидерство относительно подвержено изменениям, процессно-ориентировано, может управляться и тренироваться. Аналогично главные принципы описывают лидерство как целенаправленный, совместный, ценностно-ориентирующий процесс, производящий положительные социальные изменения.

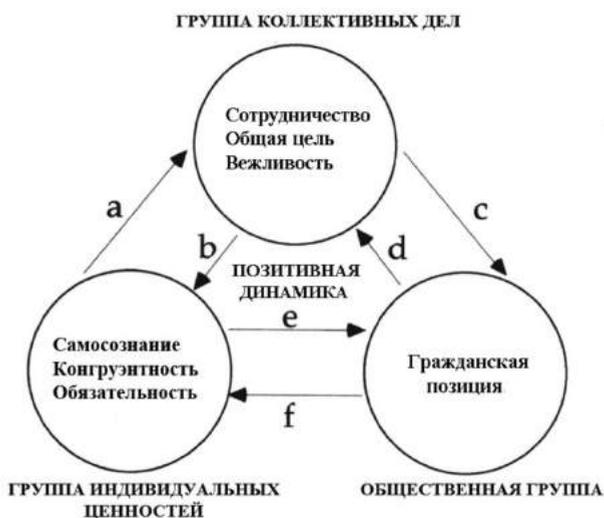
В модели социальная ответственность и достижение общественного блага достигаются посредством разработки восьми центральных ценностей, направленных на развитие у студентов самосознания и умения работать в коллективе. Это ценности: самосознание, конгруэнтность, обязательность, общая цель, сотрудничество, вежливость, гражданская позиция, изменения. Ценности функционируют в индивидуальной (самосознание, конгруэнтность, обязательность), групповой (общая цель, сотрудничество, вежливость) и общественной (гражданская позиция) сферах. На рисунке представлена модель лидерства. Динамическое взаимодействие всех сфер и ценностей (обозначенные буквами на стрелках) способствует положительным социальным изменениям.

Основу модели составляют три ценностные группы. Рассмотрим характеристики основных компонентов модели.

*Первым компонентом* выступает группа индивидуальных ценностей, включающая: самосознание как осведомленность об убеждениях, ценностях, отноше-

ях и эмоциях, побуждающих индивида к деятельности, а также осознание своего эмоционального состояния, поведения и восприятия окружающего мира. Мы также считаем важным конгруэнтность, под которой понимаем поведение в рамках собственных ценностей и убеждений, иными словами, думать, ощущать, вести себя искренне, честно, корректно по отношению к другим людям.

Вслед за рядом авторов мы признаем значимость обязательности как лидерского качества, сущность и содержание которого состоят во внесении существенного вклада в идею или личность, как в смысле интенсивности, так и длительности, а также в возможности служить коллективу и коллективным целям. Обязательность является личным качеством, характеризующим внутренний мир человека. Однако в коллективе могут быть созданы условия для поддержки амбиций индивида. Таким образом, группа индивидуальных качеств, определяющих лидерство, включает конгруэнтность, самосознание и обязательность.



Модель лидерства

*Второй компонент* лидерских качеств представляет группа коллективных дел. В нее включены следующие качества:

- сотрудничество — это совместная ра-

бота, совместная ответственность, общие авторитет и подотчетность. Преумножение эффективности группы на основе сочетания различных точек зрения и талан-

тов, используя вариативности для принятия творческих решений;

- наличие общей цели у группы предполагает умение разделять цели и ценности, подключать к продвижению групповых целей других членов группы;

- вежливость, включающая осознание двух фундаментальных реалий в любой творческой деятельности: 1) наличие различных точек зрения и неизбежность конфликта; 2) возможность высказывания различных точек зрения, но с уважением к собеседнику.

*Третий компонент* представляет общественная группа, которая формируется на основе общественных ценностей и гражданской позиции индивида. Гражданская позиция — это вера в процесс, при котором индивид или группа принимают на себя ответственность за взаимодействие с обществом посредством какой-либо деятельности.

Три рассмотренных выше компонента подвержены динамичным изменениям с течением времени и не являются статичными системами. Поэтому в модель включен *четвертый, заключительный компонент* — положительная динамика. Положительная динамика — это вера в важность создания лучшего мира и лучшего общества для себя и других, вера в то, что индивиды, группы и общество способны работать сообща и добиваться позитивных изменений.

Динамическое взаимодействие всех сфер и ценностей (обозначенные буквами на стрелках) способствует положительным социальным изменениям. Данная модель выбрана в качестве теоретической основы для образовательной методики из-за возможности широкого применения и совместимости с наиболее известной моделью формирования лидерских качеств у студентов (Kezar, Carducci and Contreras-mcGavin, 2006).

#### ЛИТЕРАТУРА

1. King P.M. *Character and civic education: What does it take?* // *Educational Record*. 1997. Vol. 78 (3,4). P. 87–90.
2. Astin A.W. *What matters in college: Four critical years revisited*. San Francisco: Jossey-Bass, 1993.
3. Astin A.W., Astin H.S. *Leadership reconsidered: Engaging higher education in social change*. Battle Creek, MI: W.K. Kellogg Foundation, 2000.
4. Zimmerman-Oster K. & Burkhardt J.C. *Leadership in the making: Impact and insights from leadership development programs in U.S. colleges and universities*. Battle Creek, MI: W.K. Kellogg Foundation, 1999.
5. Pascarella E.T., Terenzini P.T. *How college affects students: A third decade of research*. San Francisco: Jossey-Bass, 2005.
6. Benson P., Saito R. *The scientific foundations of youth development*. Minneapolis: Search Institute, 2000.
7. Fertman C.I., Van Linden J.A. *Character education for developing youth leadership* // *Education Digest*. 1999. Vol. 65 (4). P. 11–16.
8. Ehrlich T. *Civic engagement and moral learning* // *About Campus*. 1999. Vol. 4 (4). P. 5–9.
9. Korten D.C. *Globalizing civil society: Reclaiming our right to power*. New York: Seven Stories Press, 1998.
10. Lappe F.M., DuBois P.M. *The quickening of America: Rebuilding our nation, remaking our lives*. San Francisco: Jossey-Bass, 1994.
11. U.S. Department of Education. *A test of leadership: Charting the future of U.S. higher education*. Washington, DC: Author, 2006.

УДК 37.013.42

Д.А. МАХОТИН, Н.И. ШЕВЧЕНКО

## КЛУБНЫЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ СОХРАНЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ЗДОРОВЬЯ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛИЗАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

*Рассматриваются подходы к решению социальной проблемы сохранения и развития здоровья обучающихся в условиях общего образования. Предлагается решение данной проблемы посредством организации семейно-гражданских клубов сохранения и развития здоровья, позволяющих создавать среду для формирования здорового образа жизни детей и их родителей.*

*Ключевые слова: социализация, общее образование, дополнительное образование, клубные объединения, здоровый образ жизни.*

*The article discusses approaches to solve a social problem of preservation and development of the health of students. It offers a solution to this problem by creating a family-civic clubs of preservation and development of health which can create an environment to promote healthy lifestyles for children and their parents.*

*Key words: socialization, general education, further education, club, associations, healthy lifestyle.*

Современное российское общество пребывает в состоянии глубоких изменений и трансформации. Вызывает серьезную обеспокоенность здоровье подрастающего поколения. Статистические данные, приведенные на коллегии Минобрнауки Российской Федерации, показывают, что из 13,4 млн школьников более половины (53%) имеют ослабленное здоровье; две трети детей в возрасте 14 лет имеют хронические заболевания и лишь 10% выпускников общеобразовательных учреждений можно отнести к категории здоровых. Очевидна серьезная тенденция ухудшения показателей физического развития детей: около 10% школьников имеют сниженные антропометрические характеристики; примерно 7% страдают ожирением, т.е. неправильно питаются и страдают от гиподинамии. Будет справедливым отметить, что в Западной Европе аналогичный показатель несколь-

ко хуже. Так, из 77 млн детей, проживающих в странах Европейского союза, 14 млн имеют избыточную массу. Вместе с тем отмеченные данные по России не могут не вызывать тревогу. Если говорить о подростках во всем их возрастном диапазоне, то данная возрастная группа в наибольшей мере подвержена влиянию различных социально-экономических и политических процессов, социальных групп. Этот возрастной период является стержневым в процессе гражданской идентификации личности, восприятию и осмыслению ею перемен, происходящих в мире и России, в местном сообществе.

Школа является особой образовательной средой, в которой происходит не только формирование социально адаптированной личности, ее профессиональное и гражданское самоопределение, но и складываются условия для формирования здоровья — самой важной, базовой характеристики человека, обеспечивающей успешную реализацию всех остальных. Начало обучения ребенка в школе

повышает нагрузку на весь его организм, в связи с чем, как правило, ослабляется его здоровье. В этой связи главная задача образовательной организации – обеспечение мотивированных личностно-дифференцированных условий сохранения и развития здоровья обучающихся как основного фактора социализации.

Согласно классификации Всемирной организации здоровья различают следующие виды здоровья:

*Физическое* – совершенство саморегуляции в организме, гармония физиологических процессов, максимальная адаптация к окружающей среде (педагогическое определение); состояние роста и развития органов и систем организма, основу которого составляют морфологические и функциональные резервы, обеспечивающие адаптационные реакции (медицинское определение).

*Психическое* – высокое сознание, развитое мышление, большая внутренняя и моральная сила, побуждающая к созидательной деятельности (педагогическое определение); это состояние психической сферы, основу которой составляет статус общего душевного комфорта, адекватная поведенческая реакция (медицинское определение).

*Социальное* – это здоровье общества, а также окружающей среды для каждого человека.

*Нравственное* – это комплекс характеристик мотивационной и потребностно-информативной сфер в жизнедеятельности, основу которого определяет система ценностей, установок и мотивов поведения индивида в обществе.

*Духовное* – система ценностей и убеждений.

В характеристике понятия «здоровье» используется как индивидуальная, так и общественная характеристика.

В отношении индивида здоровье отражает качество приспособления организма к условиям внешней среды и представляет результат процесса взаимодействия человека и среды. Здоровье фор-

мируется в результате взаимодействия внешних (природных и социальных) и внутренних (наследственность, пол, возраст) факторов.

Отражением изменения ситуации в обществе, поступательного развития системы образования является внедрение федеральных государственных образовательных стандартов общего образования второго поколения. Эти стандарты – социальная конвенциональная норма, общественный договор между семьей, обществом и государством.

Федеральный государственный образовательный стандарт – совокупность обязательных требований к образованию определенного уровня и (или) к профессии, специальности и направлению подготовки, утвержденных федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере образования. Новые единые стандарты призваны задать ориентиры и определить целевые установки как для системы общего образования в целом, так и отдельных предметов, и прежде всего для формирования нового образа выпускника: активного, здорового, самостоятельного, нацеленного на здоровый образ жизни, успешного и профессионально сориентированного. Федеральный образовательный стандарт, с одной стороны, отражает обязательства государства перед своим гражданином, а с другой – гражданина перед государством в области образования. Государство требует от своего гражданина достижения определенного стандартом уровня образованности и гарантирует, в свою очередь, необходимый для этого уровень образовательных услуг.

Стандартизация общего образования, нацеленная на повышение качества образования, неразрывно связана также с поиском новых форм сохранения и укрепления здоровья, формирования здорового образа жизни воспитанников и обучающихся. Таким образом, очевидно

значение здоровья подрастающего поколения для развития российской нации, повышения ее конкурентоспособности в различных областях экономики и науки. Реализация образовательных стандартов акцентирует роль взаимодействия главных институтов воспитания и социализации школьников – семьи и школы, актуализируя процессы подготовки родителей и педагогов к совместной работе в этом направлении, позволяющей использовать для этого потенциал системы дополнительного образования.

Попытки наладить работу по социализации обучающихся, в том числе и в области формирования здорового образа жизни, культуры здоровья, предпринимаются в нашей стране давно. Преимущественно делается упор на традиционные подходы, формы и методы, нацеленные на массовость (т.е. на проведение однообразных и во многом формальных мероприятий), а не на индивидуализацию и учет личностных потребностей. В результате нашего исследования было выявлено, что педагоги в своей деятельности используют преимущественно традиционные формы работы как с детьми, так и с родителями и мало внимания уделяют инновационным. Между тем, как показали результаты анкетирования, родители предпочитают такие формы работы, как совместный досуг с детьми, тренинги, беседы, совместная социально значимая деятельность, спортивные состязания с привлечением представителей различных социальных групп, общественные акции сопереживания и др. Различие в приоритетных формах и методах не мешает общности целей и интересов педагогов и родителей.

Системный подход к разработке, внедрению программ и моделей сохранения и укрепления здоровья детей, формирования у них потребности в здоровом образе жизни предполагает активное включение в данный процесс не только школы, учреждений дополнительного образования, но и родительской обществен-

ности во всех муниципалитетах Московской области. В свою очередь педагогические коллективы должны обеспечить организационно-педагогические условия реализации этой социальной стратегии. Проблема роста качественных показателей детского здоровья может быть решена за счет согласованного объединения усилий основных социальных институтов: семьи, образования и общества (в лице органов местного самоуправления) на муниципальном уровне; а также распределения прав и обязанностей участников этого важного социального проекта, предполагающего ответственное партнерство.

Вместе с тем школа, система дополнительного образования не всегда и не везде могут предложить ожидаемый родителями спектр услуг по разным причинам. Поэтому в муниципальных образованиях Московской области возникла практика разработки совместных проектов педагогов и родителей (по инициативе последних) – кружков, клубов, секций и прочих объединений социального партнерства по формированию здорового образа жизни на уровне местного социума.

*Образ жизни* – понятие, характеризующее особенности повседневной жизни людей, определяемые исторической эпохой. Различают образ жизни конкретного класса, социального слоя, городского и сельского населения. Охватывает труд, быт, формы использования свободного времени, удовлетворения материальных и духовных потребностей, участие в политической и общественной жизни, нормы и правила поведения людей в обществе<sup>1</sup>.

*Здоровый образ жизни* – это способ жизнедеятельности, направленный на сохранение и улучшение здоровья людей (Ю.П. Лисицын, Г.И. Царегородцев). Он обеспечивает гармоничное развитие, сохранение и укрепление здоровья, вы-

<sup>1</sup> История культуры и искусств: словарь терминов и понятий: учеб. пособие для студентов. Елец: ЕГУ им. И.А. Бунина, 2010.

сокую работоспособность и продление творческого долголетия, позволяет в значительной мере раскрыть наиболее ценные качества личности, которые необходимы в условиях динамического развития нашего общества.

Здоровый образ жизни должен стать потребностью каждого современного человека. Особенно это важно на пороге выхода из школы во взрослую жизнь. Чтобы здоровье стало потребностью каждого, необходимо изменить общественное отношение к нему, повысить персональную ответственность.

Ученый К.А. Оглоблин подчеркивал: «Здоровый образ жизни — это поведение, базирующееся на научно обоснованных санитарно-гигиенических нормативах, направленных на сохранение и укрепление здоровья»<sup>1</sup>.

Здоровый образ жизни в единстве его компонентов биологического и социального представляет собой социальную ценность, укрепление которой — важнейшая задача любого цивилизованного общества.

По мнению ведущих медицинских специалистов в сфере физической культуры Г.Л. Горцева, Л.Т. Тимофеева, здоровый образ жизни — это реализация комплекса единой научно обоснованной медико-биологической и социально-психологической системы профилактических мероприятий, в которой важное значение имеет правильное физическое воспитание, должное сочетание труда и отдыха, развитие устойчивости к психоэмоциональным перегрузкам, преодоление трудностей.

Ученые С.П. Боткин, П.Ф. Лесгафт заложили основы современной нам валеологии. Боткин видел здоровье человека прежде всего как функцию приспособления и эволюции, функцию воспроизводства, продолжения рода и гарантию здоровья потомства. Нарушение, недоста-

точность этой функции он рассматривает как важнейшую основу патологии.

Медико-биологический смысл здорового образа жизни заключается в адаптационных возможностях человека. Это его понимание<sup>2</sup> чаще всего основано на таких положениях, как:

- воспитание с раннего детства здоровых привычек и навыков;
- безопасная и благоприятная для обитания окружающая среда;
- знания о влиянии окружающих предметов на здоровье;
- отказ от вредных привычек (курения, употребления наркотиков, злоупотребления алкоголем);
- умеренное, соответствующее физиологическим потребностям питание;
- осознанный выбор продуктов и напитков;
- физически активная жизнь, включая специальные упражнения (например, *фитнес*);
- соблюдение правил личной и общественной гигиены;
- владение навыками первой помощи;
- закаливание.

Все компоненты здорового образа жизни связаны между собой. На физиологическое состояние человека большое влияние оказывает его психоэмоциональное состояние, которое зависит, в свою очередь, от его ментальных установок. Поэтому отдельно в медико-биологических теориях выделяют следующий блок составляющих:

- *эмоциональное самочувствие* — психогигиена, умение справляться с собственными эмоциями;
- *интеллектуальное самочувствие* — способность человека узнавать и использовать новую информацию для оптимальных действий в новых обстоятельствах;
- *духовное самочувствие* — способность устанавливать действительно значимые,

<sup>1</sup> Оглоблин К.А. Здоровый образ жизни. Уссурийск, 1998. 126 с.

<sup>2</sup> Corbin C.B., Lindsey R. Concepts of physical fitness with Laboratories. WCB Brown&Benchmark publishers, 8th edition, 1994.

конструктивные жизненные цели и стремиться к ним, оптимизм.

В результате исследования нами предложена модель семейно-гражданского клуба здоровья и развития как формы работы по сохранению и укреплению здоровья подрастающего поколения, формированию у него здорового образа жизни. Современные модели здоровьесбережения должны отвечать принципам гуманизации, дифференциации, индивидуализации, адекватности образовательным потребностям слушателей, гибкости и технологичности, а также носить практико-ориентированный характер. Проектируемая организационно-методическая модель сохранения и укрепления здоровья, формирования здорового образа жизни воспитанников и обучающихся будет строиться на принципах личностно ориентированного образования, предполагающего учет образовательных потребностей обучающихся. Создание модели сохранения и укрепления здоровья, формирования здорового образа жизни воспитанников и обучающихся целесообразно осуществлять также на основе принципов многообразия, критического анализа российского и международного опыта развития теории и практики воспитания и социализации, образования, научно-педагогической рефлексии теоретических и содержательных аспектов в этой области.

Модель сохранения и укрепления здоровья, формирования здорового образа жизни воспитанников и обучающихся Московской области представляет собой форму семейно-гражданского клуба. На данном этапе он имеет инновационные черты и отражает изменение ценностей и ориентиров, особенности потребностей, как детей, так и родителей, в способах достижения цели здоровьесбережения.

*Клубное объединение* — одна из сложившихся форм гражданской инициативы. Противоречивость состоит в том, что это форма гражданского волеизъявления (как, впрочем, и создание муници-

пального образования), которая не может быть подконтрольна власти и стать частью государственной системы.

Клубное движение сохранения и укрепления здоровья в Московской области создается вследствие неспособности школы и семьи решать в одиночку столь сложную проблему здоровьесбережения детей в современных условиях (впрочем, эта ситуация типична для всей нашей страны в целом). В организации своей практической деятельности клубам целесообразно соотносить ее с образовательной политикой муниципалитета, деятельностью отдельных школ, их программами и планами. В то же время общеобразовательным учреждениям необходимо осознать, что только разработки и внедрения программ воспитания и социализации, сохранения и укрепления здоровья школьников недостаточно. Также недостаточно реализации планов внеурочной деятельности. Следует признать, что данные формы не тождественны по целям, содержанию и формам дополнительного образования детей.

Семейно-гражданский клуб здоровья и развития предполагает установление между детьми, педагогом и родителями доверительных отношений, осознание значимости семьи в здоровьесбережении человека. Тесное взаимодействие, паритетные отношения позволяют правильно распределить роли и оценить важность участия в сохранении и укреплении здоровья детей как педагогов (ДОУ, школы, учреждений дополнительного образования), так и родителей, местных органов власти, а также самих воспитанников и обучающихся. В процессе участия в деятельности клуба у родителей сформировался новый взгляд на достижение цели сохранения и укрепления здоровья ребенка, основанный на понимании того, что каждый ребенок обладает неповторимой индивидуальностью и ценностью. В процессе совместной деятельности большое значение имеет атмосфера взаимного уваже-

ния, понимания и доверия, что способствует преодолению психологических барьеров в общении с родителями, детьми, педагогами ДОУ и школы.

Клубные встречи (занятия) требуют создания собственной демократичной, интерактивной среды, которая формирует культуру здорового образа жизни. В клубе создается особый микроклимат, для которого характерны уважение к личности ребенка, забота о каждом, доверительные отношения между родителями и детьми, родителями и педагогами.

Как правило, изначально появляются клубы для малышей, которым требуется общение со сверстниками и другими взрослыми. Эти добровольные клубные объединения ориентированы прежде всего на развитие малышей. С возрастом интересы семей, детей развиваются, актуализируется потребность в формировании культуры здорового и безопасного образа жизни, освоения способов сохранения и укрепления детского здоровья. Появляются клубы здоровья и развития, объединяющие разные возрастные группы, в том числе и родителей.

Таким образом, можно сказать, что клуб здоровья и развития, как преимущественно родительско-гражданский клуб, – это эффективная форма работы с детьми и родителями, которая будет способствовать самореализации, взаимообогащению, взаимообучению, взаимовоспитанию каждого, формируя при этом культуру здорового образа жизни.

Содержательное, организационно-методическое и кадровое обеспечение действующих программ по сохранению и укреплению здоровья, формированию здорового и безопасного образа жизни воспитанников и обучающихся осуществляется в рамках общей программы развития конкретного учреждения, собственных ресурсов. Анализ финансового обеспечения действующих федеральных и региональных программ сохранения и укрепления здоровья, формирования здорового и безопасного образа жизни

воспитанников и обучающихся позволил выделить разные источники инвестирования. Однако доминируют источники федерального уровня. В такой ситуации решение невозможно без поддержки общественных сил на местном уровне – в муниципальном образовании.

В ходе проведенного анализа выявлено, что для дошкольников создаются и действуют клубы как на основе федеральных и региональных инвестиций, так и на основе частной инициативы – гражданской, семейной (на местном уровне). Как показывает статистика, последний источник инвестирования деятельности клубов имеет возрастающую динамику.

Таким образом, в настоящий момент существуют необходимые предпосылки (организационные, нормативные, экономические) для создания региональной системы формирования здорового и безопасного образа жизни, опорными точками и основными элементами которой должны и могут стать добровольные клубные объединения граждан, ориентированные на создание условий сохранения и укрепления здоровья, развития их детей и их самих. Такие объединения являются результатом вызова демократических преобразований формирующемуся гражданскому обществу. По сути, это объединения наиболее социально активных граждан, способных взять на себя решения острых проблем и объединить вокруг себя других заинтересованных людей по месту жительства. Объединения носят характер клубных и включают не только детей, но и их родителей, обладающих или стремящихся к овладению социальной и коммуникативной компетенциями. Их можно определить как семейно-гражданские клубы здоровья, ориентированные на решение этих задач и осуществляющие свои функции в тесном взаимодействии с органами муниципальной и региональной власти, учебными и иными педагогическими заведениями и учреждениями, в том числе и детско-юношескими спортивными школами.

Очевидна потребность в развитии данного направления за счет вовлечения активных граждан, родителей, педагогов, заинтересованных в развитии детей, сохранении и укреплении здоровья, формировании здорового и безопасного образа жизни воспитанников и обучающихся для их успешной социализации по окончании уровня общего образования. Наиболее востребованными и популярными являются, как показал анализ, спортивное и туристское направления.

Динамика востребованности спортивного направления в поддержке и развитии дошкольников, подростков, молодежи, сохранения и укрепления здоровья, формирования у них здорового и безопасного образа жизни свидетельствует о признании ценности здоровья в проектировании будущих жизненных успехов и необходимости расширения действующей системы физкультурно-спортивных учреждений в Московской области.

Создавая сеть добровольных семейно-гражданских клубов, граждане вовлекают в свою сеть другие учреждения и организации как ресурсы. Учреждения могут стать структурами клуба здоровья и развития. Результатом деятельности клуба являются изменения в физических показателях здоровья детей, их образовательных достижениях и качестве работы образовательного учреждения.

Сетевое взаимодействие клубов здоровья и развития – это совокупность учреждений, имеющих общие цели, ресурсы для их достижения и единый центр управления ими; совместная деятельность добровольного объединения граждан, в результате которой формируются группы по интересам для освоения образовательных программ определенного уровня и направленности с использованием ресурсов нескольких образовательных учреждений. Сеть можно рассматривать с двух сторон. С одной стороны, сеть такого клубного объединения может создаваться по определенному по-

воду – для достижения общего результата посредством объединения ресурсов. С другой стороны, сеть может создаваться для обмена ресурсами, но при этом результат у каждого участника сетевого взаимодействия будет свой.

Под *клубным объединением* понимается добровольное объединение людей, основанное на общности интересов, запросов и потребностей в занятиях любительским художественным и техническим творчеством, в совместной творческой деятельности, способствующей развитию дарований его участников, освоению и созданию ими культурных ценностей, а также основанное на единстве стремления людей к получению актуальной информации и прикладных знаний в различных областях общественной жизни, культуры, литературы и искусства, науки и техники, к овладению полезными навыками в области культуры быта, здорового образа жизни, организации досуга и отдыха<sup>1</sup>.

Клубное объединение как форма гражданской инициативы снизу, по месту жительства, для решения актуальных вопросов сохранения и укрепления здоровья, формирования здорового и безопасного образа жизни детей и молодежи нами определено как семейно-гражданский *Клуб здоровья и развития*. Его своеобразие в том, что он может осуществлять широкий спектр услуг через различные программы для обширной возрастной категории: от младших дошкольников – до пожилых людей, в соответствии с их заявленными интересами и потребностями. Все желающие, по согласованию, могут принимать деятельное участие в развитии самого Клуба здоровья и развития (далее – Клуб).

Семейно-гражданский клуб создается по инициативе нескольких семей или муниципального учреждения, в функ-

<sup>1</sup> О некоторых мерах по стимулированию деятельности муниципальных учреждений культуры (Решение коллегии Минкультуры Российской Федерации от 29.05.2002 г. № 10).

цию работы которого входит и работа с семьями. Государство со своей стороны также участвует в деятельности клуба путем регламентации деятельности общественных семейных объединений. Таким образом, семейный клуб создается как структура, призванная удовлетворить потребности, с одной стороны, своих участников, а с другой – общества в целом. Важно, чтобы эти потребности были четко отражены в целях и задачах клуба, которые, в свою очередь, конкретизированы в тематике мероприятий.

Направления деятельности Клуба здоровья и развития:

- разработка основной образовательной программы (ООП) клуба и рабочих программ, конкретизирующих ООП с позиции социальных ожиданий;

- учебно-методическое сопровождение процесса сохранения и укрепления здоровья, формирования здорового и безопасного образа жизни воспитанников и обучающихся Московской области (в том числе лиц с ограниченными возможностями);

- сопровождение управленческой деятельности по внедрению информационно-просветительской профилактической работы в образовательном учреждении;

- оказание консультативной поддержки практическим педагогам образовательного учреждения;

- создание базы информационных, методических, дидактических материалов по направлению здоровьесбережения;

- распространение инновационного опыта деятельности педагогов по формированию культуры здорового и безопасного образа жизни.

Подчеркнем, что в ходе анализа клубной деятельности в Московской области по сохранению и укреплению здоровья, формированию здорового и безопасного образа жизни, культуры дошкольников и обучающихся была выявлена простая, но эффективная практика данно-

го направления. Эта практика впоследствии сложилась в модель, включающую в себя другие модели. Практика сложилась в городском поселении Горки Ленинские Московской области, в семейном клубе здоровья и развития «Горки». Директор Клуба – Моосман Татьяна Николаевна, заместитель – Камалихина Наталья. Данный клуб возник как ответ на решение острой проблемы отсутствия организованного семейного досуга, возможности развития детей с участием педагогов и родителей, отсутствия здорового и познавательного досуга для детей и семей, непонимания, а порой даже враждебного отношения между детьми, семьями других национальностей и традиций.

Обращаем внимание, что мы не призываем к отказу от традиционной модели по программам, включающим перечень мероприятий, ориентированных на решение задач сохранения и укрепления здоровья, формирования здорового и безопасного образа жизни обучающихся и воспитанников. Эта работа приносит свой результат как на этапе подготовки мероприятий за счет включения детей в разные виды деятельности, так и при его проведении, когда массовые мероприятия также влияют на эмоции и чувства ребят, что впоследствии становится основой для рефлексии и осознания значимости той здоровьесберегающей информации, с которой их ознакомили. Наряду с этим значение имеет также массовый охват школьников здоровьесберегающими мероприятиями. Системное влияние такого рода массовых мероприятий на ребенка также весьма огромно в формировании у него культуры здорового образа жизни.

Таким образом, модель должна по-прежнему развиваться и широко использоваться в учреждениях, где сосредоточено много детей, наряду с моделью семейно-гражданских клубов здоровья и развития. Последние имеют адресный

характер, индивидуально ориентированы на определенного ребенка, родителя, семью и их ресурсы, их потенциал не предназначен для массовых мероприятий. В этом заключается отличие между двумя разными моделями сохранения и укрепления здоровья, формирования здорового и безопасного образа жизни обучающихся и воспитанников.

Изучив эту проблему, мы выяснили, что задача сохранения и укрепления здоровья школьников может быть решена только путем формирования среды, обеспечивающей здоровый образ жизни. Важнейшим условием решения этой задачи должно стать качественное улучшение образовательно-воспитательной, физкультурно-оздоровительной, досуговой работы с детьми силами не только школы, но семьи и общественности.

Показателями сохранения здоровья являются:

1. Мониторинг состояния здоровья.
2. Комфортность пребывания в школе, социально-психологический климат.
3. Профилактика заболеваемости: режим работы, расписание, посещение спортивных секций, пропаганда здорового образа жизни, физкультурно-оздоровительная работа.
4. Организация питания.

При этом формирование понимания у школьников того, что здоровый образ жизни — залог их успешной социализации, возможно только при системном взаимодействии учреждений общего, дополнительного образования, других заинтересованных организаций и институтов, особенно семьи в организации работы с детьми в данном направлении.

Отметим, что анализ государственных образовательных стандартов для начальной и основной ступеней школы показал, что акцент на формирование здорового образа, его культуры сделан на уровне начальной школы. В образовательных стандартах основной ступени школы эта задача представляется отдельным

разделом в Программе воспитания и социализации, а также в контексте других задач.

В связи с этими изменениями актуализируется потребность в разработке учебно-методической и консультационно-информационной поддержки педагогических коллективов и объединений родителей в контексте разработки новых моделей сохранения и укрепления здоровья, формирования здорового образа жизни воспитанников и обучающихся. Особое значение в данном случае имеет работа с родителями по ознакомлению их с опытом работы семейных клубных объединений, о которых речь шла выше. Создание целевой интерактивной среды для детей — актуальной для их возраста потребности, обеспечит им сохранение и укрепление здоровья, интенсивно будет содействовать формированию здорового образа жизни и его культуры. С этой целью нами были разработаны и представлены три руководства, адресованные местной администрации, педагогам и родителям:

1. Семейные клубы как форма реализации государственной семейной политики, сохранения и укрепления здоровья, формирования здорового и безопасного образа жизни воспитанников и обучающихся. *Методические рекомендации для муниципальных органов власти.*

2. Создание в образовательных организациях семейных клубов в целях сохранения и укрепления здоровья, формирования здорового и безопасного образа жизни воспитанников и обучающихся. *Методические рекомендации для руководителей образовательных организаций и педагогов.*

3. Семейный клуб здоровья и развития как эффективная форма взаимодействия семьи и школы в целях сохранения и укрепления здоровья, формирования здорового и безопасного образа жизни воспитанников и обучающихся. *Методические рекомендации для родителей.*

Обобщая, отметим, что существование социального запроса представляет собой ориентир для местной и региональной власти в области сохранения и развития здоровья детей и молодежи как условия решения серьезнейшей проблемы социализации подрастающего поколения.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Глущенко О.Н. *Здоровьесберегающий подход к организации обучения в начальной школе // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. 2012. № 2. С. 52.*
2. Дзодзикова Л.А. *Педагогическое сопро-вождение здоровьесбережения студентов: автореф. дис. канд. пед. наук. Владикавказ, 2008.*
3. Сербина Т.Ю. *Повышение педагогической компетентности родителей в вопросах физического воспитания детей раннего воз-раста // Дошкольная педагогика. 2011. № 10. С. 60–61.*
4. Слободянин Н.П. *Психологическая помощь школьникам с проблемами в обучении. М., 2003.*
5. Смирнов Н.К. *Здоровьесберегающие образовательные технологии в работе учителя и школы. М., 2003.*
6. *Стратегия развития: здоровое поколение // Обруч: образование, ребенок, ученик. 2007. № 1. С. 2–8.*

## ПОДПИСКА

### Вестник РМАТ

*Научно-практический журнал,  
рассматривающий проблемы развития туристики как науки,  
экономики туристической индустрии, педагогические проблемы  
профессионального туристского образования*

#### Рубрики:

Туристика

Экономика туризма

Педагогика профессионального образования

Журнал выходит три раза в год.

Для публикации в журнале приглашаются авторы и рекламодатели.

Подписаться на журнал можно в любом почтовом отделении  
по каталогу «Роспечать»: индекс 70032.

**Розничная продажа** журнала производится в библиотеке  
Российской международной академии туризма по адресу:  
г.о. Химки, мкр-н Сходня, ул. Горького, 7.

А.И. ЗОРИН, С.Г. ЛАКОВСКИЙ, А.А. АШАКОВ,  
Н.В. ТОЛМАСОВА, С.Н. ШАПОВАЛОВ

---

## **СТУДИЯ НАУЧНО-ЭКСПЕДИЦИОННОГО ТУРИЗМА КАК ИННОВАЦИОННАЯ ФОРМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ**

---

*Рассматривается инновационный студийный научно-экспедиционный метод проектирования и обеспечения устойчивого развития туристских дестинаций.*

*Ключевые слова: устойчивое развитие, образ туристской дестинации, студия, студийный метод, экспедиционный метод, туристская научная экспедиция.*

*Considered a new one method of creation and sustainable development of tourist destinations, based on the studio-method and expeditionary method.*

*Key words: sustainable development, the image of a tourist destination, studio, studio technique, expeditionary method, tourist scientific expedition.*

В 1980-е гг. Ульяновская область входила в десятку ведущих туристских дестинаций СССР. Ежегодно ее посещали более 1 млн туристов и экскурсантов. В 1990-е и 2000-е гг. шло постоянное сокращение этого потока, к 2010 г. он составлял всего 120 тыс. посетителей в год. Начиная с 2010 г. тенденции к росту туристского потока возобновились – за последние четыре года он увеличился почти в 2 раза и достиг 230 тыс. туристов и экскурсантов.

К факторам роста относятся:

- особое внимание губернатора и Министерства экономики Ульяновской области к развитию туризма как важнейшего мультипликатора роста всей экономики области;

- организация при Министерстве экономики Ульяновской области Ресурсного центра развития туризма, что содействовало быстрому формированию ры-

ночного сектора в туризме Ульяновской области на основе индивидуального предпринимательства, а также частно-государственного партнерства;

- Центр инициировал ряд важных инициатив по становлению туристской дестинации мирового уровня «Симбирск—Ульяновск», а также современных инновационных структур, содействующих ее устойчивому развитию;

- Центр явился инициатором разработки концепции туристского кластера «Музей СССР», связав ее с приближающимися датами важных событий в истории нашей страны и всего мира: 150-летие со дня рождения В.И. Ленина (2020 г.) и 100-летие образования СССР (2022 г.);

- первоочередное внимание уделено вопросам обеспечения потребности в рекреации населения Ульяновской области – важнейшему фактору устойчивого развития туристской дестинации.

Инициативы Ресурсного центра, а также инициируемая им *Программа последо-*

вательных действий по устойчивому развитию туристской дестинации позволят обеспечить достижение исторического максимума туристского потока к 2020 г. (более 1 млн туристов), что позволит туристской дестинации «Симбирск–Ульяновск» войти в число TOP 5 страны и в число TOP 300 крупнейших туристских дестинаций мира.

Формирование крупной туристской дестинации – синергетическая задача, которая требует объединенных усилий государства, областной и муниципальных администраций, туристского бизнеса, инвесторов, развитой инфраструктуры, а также специализированных научных и образовательных организаций для системного обслуживания туристских кластеров.

В качестве одной из синергетических инноваций предлагается создание некоммерческого партнерства «Студия научно-экспедиционного туризма» в структуре туристской дестинации «Симбирск–Ульяновск» в целях обеспечения ее устойчивого развития. Предлагаем назвать эту организацию студией научно-экспедиционного туризма «След».

■ *Почему для устойчивого развития туристской дестинации нужна студия?*

По определению, студия – это некоммерческое творческое партнерство, креативная команда профессионалов, имеющих большой опыт научной, педагогической и практической деятельности в сфере туризма и рекреации, предлагающая принципиально новые концептуальные решения устойчивого развития туристских дестинаций в России в целях сохранения, развития, продвижения и демонстрации ее золотого наследия.

■ *Почему студия должна носить имя митрополита Питирима?*

Митрополит Питирим на протяжении последних десяти лет своей жизни возглавлял кафедру «Золотое наследие Руси» в Российской международной академии туризма, где исследовал аксиологию туризма и читал студентам аналогичный курс. В этом курсе духовный наставник и профессор прямо назвал величайшие ценности

России, которые она наследовала и должна будет передать потомкам. Глубокое осознание этого богатства – условие историко-культурной идентичности России.

*Золотое наследие Руси* – православие, евразийская империя, великий русский язык. Эти золотые ценности, обретенные Россией, сделали ее единственной их наследницей. Именно они объединяют нас в сильное государство, делают непохожими на другие народы и требуют, по завету митрополита Питирима, постоянной заботы для их приумножения и демонстрации в мире как *величайших памятников всемирного духовного наследия*.

*Миссия студии* – организация и проведение научно-туристских экспедиций по исследованию и раскрытию системы традиционных национально-исторических ценностей России и ее туристских дестинаций.

*Задача студии* – непосредственно в ходе научно-туристских экспедиций разрабатывать для туристов новые концепты – туристские продукты, соответствующие критериям устойчивого развития, позиционировать их и внедрять на туристский рынок через систему инфоэкспедиций.

■ *Почему мы назвали студию «След»?*

«Мир есть текст». Согласно этому концепту Ж. Дерида (1998), писать новые тексты – бессмысленное занятие, если не прочитаны прежние. Ж. Дерида утверждает, что изучать тексты можно только методом деконструкции, т.е. не создавая новый, а лишь исследуя любое явление как текст. При этом в тексте исследуется соотношение значимого и означаемого. Наука, согласно позиции Ж. Дерида, должна заниматься только анализом значений. В результате научный поиск превращается в игру с набором *архиследов*. Поясним это на примере научно-экспедиционного туризма.

Научно-экспедиционный туризм создается и существует как текст. Тогда он становится предметом индивидуальной «деконструкции». Стратегия «деконструкции» позволяет как туроператору, так и туристу

находить метафизические (невыразимые) следы в тексте тура или в дестинации, отмечая различия между реальным и ожидаемым. Деконструкция дестинации проводится с позиций критики логоцентризма западной метафизики. Эта критика основана на постулате Ж. Дерида: *различия, инаковость важнее логики*.

Деконструкция дестинации осуществляется с помощью понятия «след», который становится знаком того, что мы ожидали встретить в ней, но что отсутствует (например, след кита или след Бога, след свободы или след войны и др.). При этом любое наличествующее несет след отсутствующего (например, Рим есть след волчицы, Санкт-Петербург — след Петра I). Кстати, анализ архиследов способен раскрыть для нас метафизическую суть многих явлений, которые до сих пор не были нами поняты. Они становятся более открытыми на фоне различий наличествующего и следа. Вернемся к примеру Санкт-Петербурга. Деконструкция данной дестинации открывает нам, что в своем названии она несет ложный след апостола Петра. Почему ложный? Известно, что городом Святого Петра был Рим, т.е. Рим — есть след апостола. Из данной деконструкции как раз вырастает новое метафизическое противоречие Москвы как третьего Рима и попытки Санкт-Петербурга стать четвертым Римом. Надо четко ставить город на Неве на присущее ему православное место. Дабы не разрушать метафизику Москвы как четвертого Рима, требуется увидеть образ города как архислед Петра I, а значит, вернуть ему его законное имя Петроград. Тогда и образ города начинает развиваться в метафизике А.С.Пушкина как «град Петра».

В подобных квестах, согласно парадигме Дерида, и состоит метафизическая суть игры в *образы дестинаций*. Эту игру и предлагает Студия «След» туристам — участникам научно-туристских экспедиций. Это игры следопытов — мы ищем следы и находим метафизические образы. Деконструкция архи-

следов в дестинации определяет содержание деятельности студии.

■ *Почему студия предлагает туристский продукт в форме научно-туристской экспедиции (НЭТ)?*

*Поиск архиследов* — и есть центральная научная задача НЭТ. Решение этой задачи позволяет найти «различия и инаковость» туристских дестинаций, увидеть разнообразие мира в разнообразии его образов. Суть НЭТ-концепта состоит в том, что он анализирует дестинации как текст, деконструирует в нем архиследы и тем самым находит метафизическое объяснение малообъяснимым фактам и аномалиям.

НЭТ возник тогда, когда традиционный туризм оказался не способен эффективно отвечать на вызовы постмодернизма, который характерен сменой ценностей культуры. Итальянский философ Умберто Эко писал: «Постмодернизм — это ответ модернизму: раз уж прошлое невозможно уничтожить, ибо его уничтожение ведет к немоте, его нужно переосмыслить, иронично, без наивности» (У. Эко, 1993).

НЭТ сам, в известном смысле, является следом постмодернизма. Этот концепт возник в 60-е гг. XX в. практически одновременно у нескольких путешественников, которые прочувствовали особый метафизический смысл экстремальных экспедиций, осознали их непреходящую ценность (Ж.-И. Кусто, Т. Хейердал, Ю.А. Сенкевич, Ф.Ф. Коныхов и др.). Благодаря таким, как они, к нам вернулась метафизика образа «чистой» (первозданной) природы, а также и образ «путешествия» как поиска утраченных ранее ценностей.

В этой когорте путешественников следует особо выделить шведского исследователя Ларса-Эрика Линдблада — первого туроператора, который стал искать способ приобщения к своей страсти других людей. Благодаря его стараниям произошло превращение парадигмы экспедиций в концепт научно-экспедиционного туризма.

НЭТ-концепт потребовал переосмысления содержания туризма не в направлении отказа от традиционных ценностей, а в плане предложения принципиально нового формата для туризма. Этот формат, с учетом вызовов нового времени, должен быть одновременно многовекторным и альтернативным:

- активным с точки зрения энергозатрат и движения человека;
- полезным с позиций профилактики новых болезней и в целом здоровья;
- аттрактивным, привлекательным и манящим;
- комфортным и безопасным;
- уникальным и впечатляющим;
- познавательным и духовным;
- авантурным и приключенческим;
- устойчивым и экологичным.

НЭТ в России имеет дополнительные конкурентные преимущества:

- обладает колоссальным духовным и территориальным потенциалом для развития;
- экспедиции в России более 500 лет являются главным способом колонизации и освоения громадных пространств империи;
- экспедиции в России компенсируют слабый уровень транспортной и социаль-

ной инфраструктуры;

- природное и культурное наследие России до сих пор мало известно миру, наилучшим образом оно может быть раскрыто и освоено именно в ходе экспедиций;
- только научно-экспедиционный туризм способен сформировать и развить сакральный образ России.

Студия организует экспедиции самостоятельно, но в творческом контакте с ведущими организациями и учреждениями:

- *под эгидой* ЮНЕСКО, ЮНВТО, Минкультуры и туризма Российской Федерации, Московской Патриархии, Русского географического общества, Ростуризма, РСТ, администрации Ульяновской области (УО), Минэкономки УО, Общественной палаты Российской Федерации, Торгово-промышленной палаты Российской Федерации;

• *при участии* Регионального туристского центра УО, Российской международной академии туризма (РМАТ), Высшей школы экономики (ВШЭ), Ульяновского политехнического университета;

- *при информационной поддержке* «Российской газеты», телеканала «Россия», журнала «ГЕО», газеты «Культура», журнала «Волга».

#### Программный план студии: научно-экспедиционные проекты

Проект	Сроки	Цель экспедиции	Число, тыс.	
			туристов	экскурсантов
Русский Берег	Май 2013 г.	Этногенез, или Как русский берег Волги стал русским	5	200
Красный туризм	2014 г.	Революционные традиции и советская эпоха России	5	500
Великий Волжский путь (ВВП)	2014–2020 гг.	ВВП как великий путь цивилизационных контактов, миграций, войн и геополитических констант в Евразии	5	100
Волга – Рейн (им. Александра Гумбольдта) Российско-германская научно-туристская экспедиция	2013–2018 гг.	Волга-матушка и Рейн-батьюшка. Межэтнические контакты: исследование факторов культурно-исторического партнерства вместо войн и конфликтов	2	50
Русский путь	2014–2025 гг.	Россия – Волга – Евразия	5	200

## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

- Арсений Р.М.** – старший преподаватель кафедры туроперейтинга РМАТ, arseniy-roman@mail.ru
- Беседин Д.Г.** – зам. завкафедрой ЮНЕСКО по культурному туризму в целях мира и развития РМАТ, besedin-dmitriy@yandex.ru
- Зорин А.И.** – д-р пед. наук, доцент, завкафедрой научно-экспедиционного туризма РМАТ, nir-rmat@mail.ru
- Зарайский И.А.** – аспирант кафедры педагогики и психологии РМАТ, mzv100@gmail.com (науч. руководитель С.Е. Шишов, д-р пед. наук, проф.)
- Зубарев С.Н.** – аспирант кафедры педагогики и психологии РМАТ, sergei.i2011@yandex.ru (науч. руководитель В.А. Кальней, д-р пед. наук, проф.)
- Келлер Петер** – профессор, президент Международной ассоциации научных экспертов по туризму (AIEST), почетный профессор Лозаннского университета (Швейцария), факультет высшего коммерческого образования
- Киреева Ю.А.** – канд. пед. наук, завкафедрой туроперейтинга РМАТ, kireeva.ya@mail.ru
- Козырев В.М.** – д-р экон. наук, профессор, академик РАЕН, завкафедрой экономики и финансов РМАТ, nir-rmat@mail.ru
- Колосков И.А.** – аспирант кафедры педагогики и психологии РМАТ, artsoulkoloskov@gmail.com (науч. руководитель В.А. Кальней, д-р пед. наук, проф.)
- Лаковский С.Г.** – аспирант кафедры педагогики и психологии РМАТ, Laksg@yandex.ru (науч. руководитель И.В. Зорин, д-р пед. наук, проф.)
- Махотин Д.А.** – канд. пед. наук, доцент, завкафедрой профессионального развития педагогических работников Московского городского педагогического университета, dmi-mahotin@yandex.ru
- Минаев В.А.** – д-р техн. наук, профессор, ведущий сотрудник Регионального учебно-научного центра МГТУ им. Н.Э. Баумана, m1va@yandex.ru
- Мошняга Е.В.** – д-р филос. наук, доцент, декан факультета магистерской подготовки РМАТ, emoshnyaga@gmail.com
- Николаенко В.Н.** – канд. пед. наук, доцент кафедры УСЭС Уральского государственного университета путей сообщения, LSkorobogatovaupp@mail.ru
- Павлов О.Г.** – канд. пед. наук, Карельский институт туризма – филиал РМАТ, elpa@bk.ru
- Павлова Э.Н.** – д-р пед. наук, директор Карельского института туризма – филиала РМАТ, elpa@bk.ru
- Петров И.А.** – аспирант кафедры педагогики и психологии РМАТ, voilier@rambler.ru (науч. руководитель Г.И. Давыдова, д-р пед. наук)
- Середина Е.В.** – канд. геогр. наук, доцент кафедры мировой политики и международных отношений Российского государственного гуманитарного университета, evseredina@mail.ru
- Сесёлкин А.И.** – д-р пед. наук, профессор, завкафедрой по устойчивому развитию туризма РМАТ (в сотрудничестве с ЮНВТО), sesyolkin@rmat.ru, sai45@mail.ru
- Скоробогатова Н.В.** – директор ЗАО «Континент-Интур», аспирант кафедры педагогики и психологии РМАТ, SkorobogatovaNV@gmail.com (науч. руководитель В.А. Кальней, д-р пед. наук, проф.)
- Толмасова Н.В.** – аспирант кафедры педагогики и психологии РМАТ, ntv20121982@mail.ru (науч. руководитель А.И. Зорин, д-р пед. наук, доцент)
- Тонини Джованни** – координатор магистерских программ, преподаватель факультета экономики Миланского университета Бикокка, inter.rmat@gmail.com
- Торнаги Паола** – профессор, преподаватель английского языка, Миланский университета Бикокка, inter.rmat@gmail.com
- Трофимов Е.Н.** – д-р полит. наук, ректор РМАТ, info@rmat.ru
- Хорева А.В.** – старший преподаватель кафедры менеджмента организации Одинцовского гуманитарного института, аспирант кафедры педагогики и психологии РМАТ, khoreva\_av@mail.ru (науч. руководитель И.В. Зорин, д-р пед. наук, проф.)
- Чернега А.В.** – аспирант кафедры педагогики и психологии РМАТ, alechernega@rambler.ru (науч. руководитель Г.И. Давыдова, д-р пед. наук)
- Черников А.М.** – аспирант кафедры педагогики и психологии РМАТ, alexeychernikovru@gmail.com (науч. руководитель В.А. Кальней, д-р пед. наук, проф.)
- Чиварди Мариса** – профессор, декан факультета экономики Миланского университета Бикокка, inter.rmat@gmail.com
- Шаповалов С.Н.** – аспирант кафедры педагогики и психологии РМАТ, Shapovalovsn@yandex.ru (науч. руководитель И.В. Зорин, д-р пед. наук, проф.)
- Шевченко Н.И.** – канд. пед. наук, доцент кафедры профессионального развития педагогических работников Московского городского педагогического университета, nishevch@mail.ru

## CONTENTS

<b>Trofimov, E.N.</b> Russian democracy and government	3
--	---

### TOURISM STUDIES

<b>Keller, P.</b> The influence of world crisis on a tourism	17
<b>Moshnyaga, E.V.</b> Mainstream trends of tourism development in contemporary world	20
<b>Seredina, E.V.</b> Analysis of management of the cluster «Belokurikha»	33
<b>Pavlova, E.N., Pavlov, O.G.</b> Interrelation between the system of professional training and the development of rural tourist destinations	41
<b>Civardi, M., Tornaghi, P.</b> Outline agreement and curriculum for UNIMIB-RIAT double degree: evaluation of the experience so far and future prospects	45
<b>Seselkin, A.I.</b> Definition of tourism studies as a complex science about tourism	47
<b>Minaev, V.A.</b> Network-centric destinations management model as a new paradigm in the development of tourism industry	52
<b>Besedin, D.G.</b> Sustainability in tourism as the factor of tourism development in the XXI century	62

### TOURISM ECONOMICS

<b>Kozyrev, V.M.</b> Theoretical foundations of real socialism in the XX century and in modern times	66
<b>Tonini, G.</b> Tourist exchange between Italy and Russia	78
<b>Skorobogatova, N.V., Nikolaenko, V.N.</b> The problems of preparing students for transport management in tourism	83

### PROFESSIONAL EDUCATION PEDAGOGY

<b>Arseniy, R.M., Kireeva, Y.A.</b> The role of the professional purposes in formation of special competences in management of tourism	87
<b>Zubarev, S.N.</b> Didactic material, the project method in the formation of communicative competence of graduates of military schools	91
<b>Xoreva, A.V.</b> The role of congruence and its peculiarity in education of tourism	96
<b>Chernega, A.V., Petrov, I.A.</b> Reflective technology development creative direction of tourist high school students	102
<b>Chernikov, A.M.</b> Development of professional training in tourism in China	111
<b>Zaraiskiy, I.A.</b> Pedagogical aspects of the presentation of tourist destinations	116
<b>Koloskov, I.A.</b> Modern problems of analysis of a conception of «leader» college for tourism	119
<b>Mahotin, D.A., Shevchenko, N.I.</b> Clubs of health development as an instrument of socialization of students	123

### BASED ON THE EXPERIENCE OF THE RIAT

<b>Zorin, A.I., Lakovskiy, S.G., Ashakov, A.A., Tolmasova, N.V., Shapovalov, S.N.</b> Studio of scientific tourism and expedition as an innovation form of development of tourist destinations	133
--	-----

About the authors	137
Contents	138
The order of registration and provision of articles	139

## ПОРЯДОК ОФОРМЛЕНИЯ И ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СТАТЕЙ

### **В редакцию представляются:**

1. Текст статьи, включая аннотации, рисунки, таблицы, библиографический список, список авторов и сведения о них, подготовленный на компьютере и распечатанный на белой бумаге формата А4 с четким и ясным шрифтом в двух экземплярах.

2. Электронный вариант статьи, подготовленный на IBM PC в формате MS Word for Windows. Для иногородних авторов допускается передача электронного варианта статьи по e-mail редакции.

3. Экспертное заключение, подготовленное доктором или кандидатом наук, или специалистом в исследуемой области.

Статья должна быть подписана всеми авторами.

Ориентировочный объем публикации — не более 10 страниц.

*Первая страница статьи оформляется следующим образом:*

инициалы, фамилия автора; название статьи; краткая (не более 7 полных строк) аннотация и ключевые слова. Все перечисленные позиции — на русском и английском языках.

Далее следует текст статьи.

### **Материалы статьи формируются**

в текстовом редакторе MS Word (версий 6.0 и более поздних) и предоставляются в стандартном формате DOC или кросс-формате RTF.

**Формат** А4; размеры полей: левого, правого, верхнего, нижнего — по 2 см. Шрифт Times New Roman размером 14 pt. Межстрочный интервал — полуторный (1,5).

Нумерация страниц обязательна.

**Таблицы.** Названия строк и столбцов таблицы и ее заголовок должны быть краткими, но без сокращений. Таблицы должны быть обязательно упомянуты в тексте.

**Иллюстрации.** Векторные рисунки представляются в формате файла WMF (Windows Metafile). Текст и линии на рисунке должны быть редактируемыми (текст не в «кривых»).

Полутонные рисунки (фотографии) могут быть представлены в формате TIFF (без компрессии).

Использование MS Word не допускается.

Рисунки должны быть упомянуты в тексте, пронумерованы и иметь название.

### **Библиографический список**

приводится в конце статьи и оформляется согласно ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления»; не должен превышать 15 названий. Нумерация источников — по мере появления в тексте; ссылки даются в квадратных скобках.

**Список авторов** со сведениями о них оформляется отдельным файлом.

Необходимо указать: фамилию, имя, отчество полностью (на русском и английском языках); ученую степень, ученое звание; должность; место работы; контактный телефон, e-mail.

Для аспирантов указывается научный руководитель.

Электронная почта:  
vestnik-rmat@yandex.ru

# «ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ СЕГОДНЯ»

Ежемесячный журнал для руководителей, преподавателей, научных сотрудников вузов, аспирантов и докторантов – для всех, кто интересуется проблемами образования и науки

Рецензируемое издание ВАК в области педагогики, психологии и социологии

**ПОДПИСКА В АГЕНТСТВЕ «РОСПЕЧАТЬ» индекс 80790  
И В РЕДАКЦИИ ЖУРНАЛА С ЛЮБОГО МЕСЯЦА**



***Написано с умом,  
издано со вкусом,  
читается  
с интересом!***

Журнал «Высшее образование сегодня» – это:

- незаменимый источник актуальной информации для руководителей, профессоров и преподавателей, научных сотрудников вузов, аспирантов, докторантов и соискателей;
- научно-профессиональное и информационно-аналитическое издание по проблемам высшей школы и науки;
- открытая трибуна для обсуждения актуальных задач модернизации высшего образования, обмена опытом, критического осмысления имеющихся трудностей и проблем.

Журнал «Высшее образование сегодня» входит в утвержденный Высшей аттестационной комиссией Минобрнауки России Перечень рецензируемых журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук в области: **педагогике** (специальности 13.00.01; 13.00.02; 13.00.03; 13.00.04; 13.00.05; 13.00.08); **психологии** (специальности 19.00.00; 19.00.01; 19.00.02; 19.00.03; 19.00.04; 19.00.05; 19.00.06; 19.00.07; 19.00.10; 19.00.12; 19.00.13); **социологии** (специальности 22.00.01; 22.00.03; 22.00.04; 22.00.05; 22.00.06; 22.00.08)

**Все о высшем образовании в России и в мире  
ежемесячно на Вашем столе**

Справки по телефону (495) 221-50-16  
и электронной почте vos-logos@mail.ru  
Информация на сайтах: [www.hetoday.org](http://www.hetoday.org),  
[www.logos.ru](http://www.logos.ru)

## **ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ**

К публикации принимаются статьи объемом до 10 000 знаков, в отдельных случаях до 20 000 знаков (0,5 а.л.), которые должны быть направлены в редакцию электронной и обычной почтой. Желательно дополнить статьи таблицами и цветными иллюстрациями в виде рисунков, графиков, фотоснимков.

В сведениях об авторе должны быть указаны фамилия, имя, отчество (полностью), адрес, ученая степень и звание, сфера научных интересов, общее число научных трудов, а также предоставлена фотография автора с разрешением 300 точек на дюйм.