

УЧРЕДИТЕЛЬ

Российская международная
академия туризма

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

Е.Н. Трофимов, *д-р полит. наук,
проф.*

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

В.А. Жидких, *д-р полит. наук*
В.И. Звонников, *д-р пед. наук,
проф.*
И.В. Зорин, *д-р пед. наук, проф.*
В.В. Ивантер, *академик РАН*
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 РАН*
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.*
В.В. Рязанский, *председатель Комитета СФ РФ по соц. политике*
А.И. Сесёлкин, *д-р пед. наук, проф.*
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. Итоги учебного года и задачи на будущее	3
--	---

ТУРИСТИКА

Мошняга Е.В. Развитие туризма в эпоху постмодернизма	15
Мочёнов В.П. Туризм и мультикультурное пространство	20
Середина Е.В. Сравнительная оценка рекреационных ресурсов курортов Большая Ялта и Большой Сочи	26
Здоров А.Б., Здоров С.А. Развитие конгест-туризма в условиях Сочинской туристской дестинации	38
Киреева Ю.А. Проблемы развития безбарьерного туризма в России	41
Чаурская Н.В., Балезина Т.В. Роль и перспективы перекрестного года туризма в Италии и России	45

ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

Козырев В.М. К вопросу о новой государственной экономической политике России	48
Квартальнов А.В. Проблемы диагностирования инновационного потенциала туристской организации	55
Еранцева Е.М. Дифференциация туристских услуг как условие их конкурентоспособности	61
Шарилов В.И. Инвестиционная привлекательность туристской дестинации Московской области	64
Лоншакова Н.А., Лоншакова Н.Е. Развитие публичной политики в сфере туризма	69

ПЕДАГОГИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Ефимов А.Д., Элиарова Т.С. Высшее образование России в условиях развития международного рынка образовательных услуг	77
Ефремцева Т.Н. Международные стандарты качества как условие новой парадигмы профессионального туристского образования	79
Пранов Б.М. Подготовка кадров высшей квалификации: возможности реализации PhD-программ в России	84

Бабочкин П.И. Студент как активный субъект 90
познания в высшем образовании

Субботина Е.В., Ищенко В.М. Современные 95
подходы к оценке качества профессиональной
подготовки студентов в сфере гостеприимства

■ ИЗ ОПЫТА ПОДГОТОВКИ ■ **АРХИТЕКТОРОВ-ДИЗАЙНЕРОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

Ильвицкая С.В., Смирнов А.В. Развитие 100
культурно-досуговой инфраструктуры с целью
сохранения историко-архитектурного наследия
туристских дестинаций

Круглова О.В., Каганович-Минервина М.Г.
Проектирование архитектурной среды в туризме 104
на кафедре дизайна архитектурной среды

Лункарь И.Е. Концепция построения архитек- 108
турно-пространственной среды туристских
дестинаций

Любакова Т.П. Формирование стилистических 117
представлений у будущих архитекторов-
дизайнеров

Захарова Т.В. Креативный подход к обучению 120
студентов архитектурно-дизайнерскому
проектированию

■ ТЕОРИЯ, МЕТОДИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ■ **КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Приезжева Е.М. Работа анимационных команд 124
на зимних Олимпийских играх в Сочи-2014

Именнова Л.С. Туристские практики как 127
средство решения проблем национально-
культурной безопасности

Виноградова О.В. Роль праздника в развитии 132
туризма и профессиональной подготовке
студентов туристского вуза

Смирнова Е.В. Перспективы развития 136
сказочного туризма в России

Курило Л.В. Новые концепции музеев: 139
интеграция в современное общество

Сведения об авторах 146

Contents 148

Свидетельство
о регистрации
ПИ № ФС77-46031
от 5 августа 2011 г.

Зав. редакцией
Е.А. Семина

Научный эксперт
В.М. Кривошеев

Научный редактор
Д.А. Махотин

Корректор
А.А. Нотик

Верстка
Т.В. Клейменовой

Дизайн макета
Е.А. Ильин

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

При перепечатке и цитировании
материалов ссылка на журнал
«Вестник РМАТ» обязательна.
Мнения авторов и редакции
могут не совпадать.

Подписано в печать 22.09.14.
Формат 70×108/16.
Объем 9,25 печ. л.
Тираж 1000 экз.

Е.Н. ТРОФИМОВ

**ИТОГИ УЧЕБНОГО ГОДА
И ЗАДАЧИ НА БУДУЩЕЕ**

В Послании Федеральному Собранию Российской Федерации, с которым обратился Президент России В.В. Путин в декабре 2013 г., определены приоритеты развития страны.

В своем выступлении он подробно остановился на вопросах, касающихся социальной сферы, образования, нравственных ценностей, межнациональных отношений. Президент РФ обратил внимание на то, что «принципиальная роль в качественном развитии экономики принадлежит новым профессиональным стандартам. Они должны задать требования к квалификации каждого специалиста. Но они сработают только в том случае, если будут востребованы самим бизнесом. Поэтому их подготовка должна идти с участием самих профессиональных сообществ».

Президент России отдельно сказал о высшей школе, о том, что «сегодня как в столице, так и в регионах есть много вузов, которые не отвечают современным требованиям». Далее В.В. Путин напомнил, что, «совершенствуя профессиональное образование, надо помнить, что рынок труда становится более гибким. И граждане, в случае необходимости, должны иметь возможность пройти переподготовку, взять новый профессиональный старт».

Именно в этой плоскости обсуждались проблемы на ежегодной Кон-

ференции коллектива, состоявшейся в сентябре текущего года. Конференция рассмотрела вопрос «Итоги 2013/14 учебного года и задачи коллектива РМАТ по совершенствованию деятельности, исходя из результатов государственной аккредитации и мониторинга». В докладе и выступлениях делегатов отмечалось, что Академия традиционно уделяет большое внимание качеству подготовки будущих специалистов туристского профиля. При этом взаимодействует с Федеральным агентством по туризму, региональными органами управления, с работодателями по совершенствованию образовательных программ, по перестройке своей работы в условиях новых государственных образовательных стандартов, по усилению практического начала в процессе подготовки современных менеджеров для сферы туризма и гостеприимства.

В текущем году Академия выдержала два серьезных испытания: государственную аккредитацию и мониторинг эффективности вузов, проведенный Министерством образования и науки России. Из этих испытаний наш коллектив вышел в целом достойно. Академия получила свидетельство об аккредитации на период до 2020 г. Это вселяет уверенность в нашем будущем, но предстоит большая напряженная работа по всем направлениям: по переходу на современные образовательные про-

граммы и технологии обучения; повышению квалификации профессорско-преподавательских кадров для работы в новых условиях; по поиску направлений и специализаций, отвечающих запросам туристской отрасли. Время требует, чтобы в Академии и ее филиалах процесс совершенствования образования становился по-настоящему опережающим, соответствующим уровню мировых стандартов. Эти ориентиры заложены в Стратегии развития РМАТ до 2018 г., которая была одобрена Конференцией коллектива РМАТ в сентябре прошлого года.

В июне 2014 г. Межведомственная комиссия по проведению мониторинга эффективности российских образовательных учреждений высшего образования подвела окончательные итоги этого мероприятия за 2013 г.

Негосударственное образовательное учреждение высшего профессионального образования Российская международная академия туризма (РМАТ) по итогам мониторинга признана эффективным вузом, обеспечившим соответствие 7 показателей из 7.

В то же время 9 наших филиалов не обеспечили выполнение необходимого количества установленных показателей. В их числе: Алтайский филиал, Волоколамский институт туризма, Вяземский филиал, Владимирский филиал, Восточно-Сибирский институт туризма, Карельский институт туризма, Псковский филиал, Московский филиал, Центральный институт управления и экономики туристского бизнеса.

Мониторинг позволил выявить те вузы, в которых присутствуют серьезные проблемы и которым необходима помощь, особенно если эти образовательные учреждения являются определяющими в кадровом обеспечении.

Ректорат оперативно привлек внимание руководства субъектов Федерации, где наши филиалы оказались в трудном положении. В результате из регионов поступили обращения в Министерство образования и науки Российской Федерации и другие инстанции с просьбами поддержать филиалы, обещая при этом оказать им необходимую помощь.

Например, администрация Красноярского края обосновала необходимость дальнейшей работы Восточно-Сибирского института туризма тем, что выпускаемые филиалом РМАТ специалисты востребованы в ходе реализации Государственной программы развития Сибири и Дальнего Востока. Пожалуй, в самой сложной ситуации оказался Московский филиал, для которого столичные «пороговые показатели» мониторинга были несравненно выше региональных. Филиал тоже получил поддержку московских властей. Эти примеры еще раз подтверждают необходимость постоянного контакта ректората Академии, директоров филиалов с федеральными и региональными органами управления туризмом и образованием.

Нам всем следует учесть, что Министерство образования и науки РФ намерено ежегодно проводить мониторинги вузов, поэтому необходимо разбираться в каждом конкретном случае, что уже сделано по устранению недостатков, что не получается и почему? Разобраться досконально: или это идет от неумения, или от нежелания, или от самоуспокоенности наших работников и директоров филиалов.

На основании протокола заседания Межведомственной комиссии и обращения В.Г. Пугиева, президента ОАО «Центральный совет по туриз-

му и отдыху» (холдинг), приказом по РМАТ директорам соответствующих филиалов было поручено разработать программу действий по повышению эффективности деятельности и укреплению материально-технической базы учебных заведений.

В соответствии с протоколом заседания Межведомственной комиссии было рекомендовано Ассоциации негосударственных вузов России (АНВУЗ России) провести мониторинг мероприятий по повышению эффективности деятельности частных образовательных организаций высшего образования. В свою очередь АНВУЗ России рекомендовал нашей Академии разработать программу оптимизации деятельности филиалов, выполнивших менее четырех показателей мониторинга.

Такая программа разработана.

Главные задачи нашей «дорожной карты»:

- повышение эффективности деятельности филиалов вуза в соответствии с современными требованиями системы высшего образования;
- обеспечение формирования системы многоуровневого образования, позволяющей выстраивать модульные траектории освоения образовательных программ с учетом запросов населения и по заказу потребителей образовательных услуг;
- наращивание востребованности филиалов Академии на региональном рынке образовательных услуг;
- повышение квалификации научно-педагогических работников для осуществления профессиональной деятельности на компетентностно-ориентированной основе;
- создание условий в филиалах РМАТ для проведения научно-иссле-

довательской деятельности, направленной на развитие социально-экономического потенциала предпринимательства на региональном уровне;

- воспитание социально активных студентов, обладающих потенциалом для успешной профессиональной социализации;
- обеспечение устойчивого материально-технического и финансово-экономического развития филиалов РМАТ.

Определены ожидаемые результаты по оптимизации ключевых направлений работы филиалов в части образовательной, научно-исследовательской, финансово-экономической деятельности, оптимизации инфраструктуры и приведенного контингента.

При подведении итогов 2013/14 учебного года на Конференции коллектива было доложено, что завершили обучение по программам высшего и среднего профессионального образования в РМАТ и ее филиалах 1688 студентов, в том числе получили дипломы о высшем образовании 1470 человек, о среднем профессиональном образовании – 218 человек. Состоялся очередной выпуск магистрантов (9 человек). Напомню, что по итогам 2012/13 учебного года Академией и ее филиалами было выпущено 2283 специалиста.

По состоянию на 1 сентября с.г. зачислен в Академию и ее филиалы 901 студент, в том числе на высшее образование – 574 человека, на СПО – 327 человек. Очевидны положительные результаты. Сегодня общая численность студентов РМАТ на всех формах обучения составляет около 7 тыс. человек.

Складывается тенденция, когда разница между численностью поступивших на обучение и количеством вы-

пущенных специалистов постоянно уменьшается. Так называемый демографический спад преодолевается. В последующие годы возможен приток студентов на все формы обучения. И к этому нам всем нужно подготовиться.

При подведении итогов приема на новый учебный год были отмечены положительные результаты на факультете среднего профессионального образования (декан Зорина Г.И.). Если в прошлом году на Сходне было принято на обучение 69 студентов, то в этом году набор составил 148 человек. Это результат большой работы ректората, деканата СПО по профориентации школьников, встреч в школах, дней открытых дверей рекламной кампании. В привлечении абитуриентов принимали участие и сами студенты колледжа.

Развитие среднего профессионального образования всегда было перспективным ориентиром как для коллектива головного вуза, так и для филиалов. Сегодня у нас в системе СПО обучаются свыше 750 студентов. И эта цифра ежегодно увеличивается. В 8 филиалах эта форма обучения становится все более востребованной, другим директорам филиалов необходимо серьезно задуматься о развитии СПО.

Выпускники наших колледжей – это важный резерв для пополнения рядов студентов высшего образования. Еще М.В. Ломоносов говорил: «Университет без гимназии – что пашня без семян». Более половины выпускников колледжей продолжают затем обучение на факультетах высшего образования.

И вот здесь возникает необходимость постоянного более тесного взаимодействия факультета менеджмента туризма и факультета СПО. Формы таких связей могут быть самыми разными, многое апробировано: привлече-

ние профессорско-преподавательского состава вуза к чтению лекций в колледже, проведение практических занятий и научных исследований, организация совместных мероприятий вуза и колледжа и т.д. Руководство факультета менеджмента туризма должно постоянно работать с резервом, стремиться к тому, чтобы выпускники колледжа (и их родители) отдавали предпочтение продолжению образования в РМАТ. Этот принцип касается всех наших структур. В нем суть непрерывного многоуровневого туристского образования.

Взросший прием на факультете СПО (Сходня) даже создал ситуацию с нехваткой учебных аудиторий. Эти проблемы решены. Но приходится констатировать факт наличия свободных учебных площадей в Московском, Карельском и некоторых других филиалах, которые могли бы использоваться для обучения студентов среднего профессионального образования.

Мы привыкли объяснять свои недоработки в приеме на факультет СПО объективными обстоятельствами, расширением государственных дотаций на среднее профессиональное образование и так далее. Наше преимущество должно быть в качестве обучения, в прогнозировании необходимых специализаций, в укреплении связей с работодателями на договорных условиях, гарантирующих выпускникам колледжей достойное трудоустройство. И здесь еще предстоит большая работа.

Год назад, утверждая Стратегию развития Академии на 2013–2018 гг., мы отмечали, что качество образования – это наша главная целевая установка, обеспечивающая конкурентоспособность и РМАТ, и нашим выпускникам. Сегодня в условиях сокращения коли-

чества вузов в стране, прежде всего негосударственных, недопустимо работать «по старинке». Требуется развивать и диверсифицировать предоставляемые нами образовательные услуги:

- по направлениям и профилям подготовки в бакалавриате, магистратуре и аспирантуре, исключая ситуации, когда по имеющимся в лицензии специальностям не соответствует нашим возможностям набор студентов, как, например, по юриспруденции;
- по активному внедрению в практику дистанционных форм обучения;
- по международному сотрудничеству в соответствии с действующими и вновь заключенными, но еще не работающими договорами (например, с Финляндией и Грецией);
- по подготовке кадров высшей квалификации и защите их научных работ в диссертационном совете при Академии.

В этой связи хотелось бы отметить, что приостановление деятельности диссертационных советов по педагогике и экономике при РМАТ – это не результат каких-то чрезвычайных обстоятельств. Это связано с реформой системы аттестации научно-педагогических кадров и, в определенной степени, с вступлением в силу с 1 января 2014 г. Постановления Правительства Российской Федерации «О порядке присуждения ученых степеней». Документ, в частности, направлен на ужесточение требований, которым должны соответствовать научные организации для открытия диссертационных советов, предусматривает паспортизацию и оптимизацию действующих советов, а также устанавливает требования к научной результативности их членов. Предложения по составу нашего обновленного диссертационного со-

вета по педагогике (профессиональное туристское образование) представлены в соответствующие инстанции с учетом всех новых требований. Надеемся, что Экспертный совет Высшей аттестационной комиссии (ВАК) примет положительное решение.

В истекшем году в Академии в рамках предстоящей аккредитации проведена большая работа по учебно-методическому обеспечению профессиональной подготовки студентов: разработаны учебно-методические комплексы по всем учебным дисциплинам, приведены в соответствие с требованиями государственных образовательных стандартов учебные планы, оптимизирована кафедральная структура, улучшена материально-техническая база факультетов СПО и бакалавриата. Мы стали более внимательно относиться к качественному составу профессорско-преподавательского корпуса. Практически 70% наших преподавателей имеют ученые степени кандидатов и докторов наук. Но нам рано говорить о том, что все проблемы с профессорско-преподавательским составом у нас решены.

Мы еще мало уделяем внимания вопросам ротации педагогических кадров, подготовке молодых преподавателей, способных осуществлять образовательную деятельность в условиях современной технологизации и информатизации учебного процесса. В этой связи в работе с резервом профессорско-преподавательского состава возрастает роль учебно-методического и научно-методического советов, факультетов и кафедр, магистратуры и аспирантуры, Центральных туристских курсов.

Особо хочу отметить проблему организации учебного процесса, создание оптимального расписания, исключая

щего работу преподавателя с малокомплектными, нерентабельными группами, недовыполнение учебной нагрузки преподавателями, «перебрасывание» часов для оплаты от одного преподавателя к другому. Наведя порядок в этом вопросе, нам удастся добиться того, что профессор будет получать достойную заработную плату. При этом требования к профессору, его публикационной активности, руководству аспирантами, участию в международных конференциях, публикациям в ВАКовских журналах должны быть повышены и соответствовать высоким стандартам. От этого должна зависеть и его зарплата.

В 2013 г. Академия получила грант по результатам конкурса, в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 29.03.2013 г. № 115-рп, на реализацию социально значимого проекта «Создание пилотной модели социально-оздоровительного туризма в России». Основными результатами реализации проекта стало: издание 5 книг по теме социально-оздоровительного туризма; проведение Международного форума с участием членов Совета Федерации и депутатов Государственной думы «Социально-оздоровительный туризм в России в контексте современного европейского туризма»; круглого стола с участием Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы «Социально-оздоровительный туризм как основа реализации социальной политики государства в целях устойчивого социально-экономического развития Москвы»; Научно-практической конференции «Влияние социально-оздоровительного туризма на устойчивое развитие регионов и дестинаций на примере Красноярского края» (г. Красноярск). Рекомендации, выработанные

в ходе проведения названных мероприятий, были направлены в адрес Правительства Российской Федерации; субъектов Федерации, соответствующих министерств и ведомств.

Примечательно, что выполнение работ по гранту и разработка социально значимого проекта «Создание пилотной модели социально-оздоровительного туризма в России» позволили определить новое направление научных исследований и соответственно развитие новой научной школы по проблемам социального туризма. Таким образом, созданы условия для узнаваемости Академии в государственных институтах и у широкой общественности.

В Академии выстраивается логика развития научных школ, когда под руководством видных ученых ведут научные исследования педагоги, аспиранты и студенты, создавая творческие группы и научные сообщества, результаты деятельности которых впоследствии доводятся до широкой общественности через публикацию монографий, учебных пособий и учебников. Вместе с тем, не все из 9 научных школ в полной мере используют свой потенциал, многие из них не оказывают заметного влияния на развитие научных исследований на кафедрах и в филиалах, в магистратуре и аспирантуре, среди талантливой студенческой молодежи. Ректорату РМАТ целесообразно проанализировать результаты работы научных школ, обобщить положительный опыт, отметить достойных. И делать это систематически. Отдельные наши кафедры умело привлекают студентов к научным исследованиям, раскрывают таланты.

К примеру, заведующая кафедрой туроперейтинга Ю.А. Киреева (к.п.н., доцент) не только широко использу-

ет в учебном процессе разнообразные формы и методы активного и интерактивного обучения, в том числе деловые и ролевые игры, дискуссии, метод проектов, анализ конкретных ситуаций, имитационные упражнения, сочетание парной и групповой работы на занятиях, но и является научным руководителем лаборатории «Профессиональное туристское образование», в рамках которой осуществляет на кафедре свою деятельность Студенческое научное общество. Научные работы студентов, подготовленные под ее руководством, участвуют в конкурсах Союза негосударственных вузов Москвы и Московской области с 2008 г. За этот период из 21 представленной научной работы студенты кафедры РМАТ получили 13 золотых медалей, 3 серебряных и 3 бронзовых медалей. С активным участием Киреевой Ю.А. проводится, начиная с 2007 г., ежегодная межвузовская конференция «Проблемы национального туризма». Да и сама Юлия Александровна вместе со своим коллегой Р.М. Арсением в 2014 г. стала победителем Первого Всероссийского конкурса профессионального мастерства «Актуальный педагогический опыт России».

В рамках работы студенческого научного общества на кафедре ежегодно проводится круглый стол «Карьера в туризме», целью которого является обмен профессиональным опытом выпускников РМАТ с обучающимися студентами. Члены студенческого научного общества кафедры туроперейтинга принимали участие во всероссийских и международных студенческих научно-практических конференциях, неоднократно занимали призовые места по итогам конференций. В 2014 г. дипломный проект выпускни-

цы РМАТ Белокопытовой Екатерины занял 3-е место во Всероссийском конкурсе выпускных квалификационных работ (дипломных проектов) в области экономики и менеджмента. В конкурсе приняли участие более 100 вузов России и Белоруссии. Оргкомитетом было принято и рассмотрено более 160 выпускных квалификационных работ.

Приведенный пример показывает возможности организации научной работы на кафедрах в рамках созданных научных школ. Напрашивается вывод, что в Академии должна быть выстроена конкурсная система определения ежегодно лучших молодых (и не только молодых) ученых, лучших выпускных квалификационных работ студентов РМАТ и других категорий. Студенческий коллектив нашего вуза должен знать своих победителей не только в спорте, но и в науке, в работе Студенческого научного общества.

В 2013/14 учебном году было подготовлено и издано 22 наименования учебной и научной литературы общим объемом 208 п.л. и тиражом более 5 тыс. экз. Среди них 2 учебника, 1 учебное пособие, 2 монографии, 5 учебно-методических и учебно-практических пособий, 7 сборников научных трудов и материалов научно-практических конференций, 2 наименования других видов изданий, 3 номера научно-практического журнала «Вестник РМАТ». В серии «Профессиональное туристское образование» издан учебник, в серии «Туристика: монографические исследования» издана монография «Инновационное развитие профессионального туристского образования». Вся эта работа была направлена в том числе и на повышение у Академии российского индекса научного цитирования (РИНЦ), что позво-

лило увеличить индекс Хирша с 3 до 5. Эта деятельность, безусловно, должна быть продолжена, так как данный показатель учитывается при мониторинге и проведении самообследования.

Особо хочу отметить плодотворную научно-исследовательскую работу со студентами кафедры иностранных языков и зарубежного страноведения (завкафедрой Т.Н. Ефремцева) и общегуманитарных дисциплин (завкафедрой В.П. Сергеев).

Сегодня в составе Академии работают 16 региональных образовательных структур (филиалов). На период проведения конференции численность студентов, обучающихся в филиалах по программам высшего и среднего профессионального образования, составляла 4040 человек (ВО – 3571 чел., СПО – 469 чел.), хотя всего несколько лет назад эта цифра была значительно больше. По итогам 2013/14 учебного года филиалы выпустили 1320 специалистов (ВПО – 1168; СПО – 152). Набор на очную, очно-заочную формы обучения по программам высшего и среднего профессионального образования на начало нового учебного года составлял 609 человек (ВПО – 417; СПО – 192) без учета заочного отделения, что сопоставимо с уровнем прошлого года (604 чел.). Можно отметить в целом положительные результаты набора с учетом того, что число филиалов РМАТ уменьшилось.

Наиболее крупные филиалы: Московский филиал (директор А.С. Соколов), Восточно-Сибирский институт туризма (Т.К. Горячева), Западно-Подмосковный институт туризма (К.В. Борисов), Казанский филиал (К.Н. Пономарев), Тульский филиал (В.А. Щербакова). Самыми малочисленными, к сожалению, остаются: Ал-

тайский, Вяземский филиалы, Сочинский институт курортной рекреации и гостеприимства, Центральный институт управления и экономики туристского бизнеса (г. Сергиев Посад).

В своих выступлениях делегаты конференции, директора филиалов раскрыли и обсудили проблемы как совершенствования организации работы филиалов, так и взаимодействия с головным вузом. Академия и ее филиалы – это единое целое, поэтому нам важно периодически «сверять часы», своевременно координировать наше взаимодействие.

Международные связи Российской международной академии туризма в основном направлены на удовлетворение реальных потребностей Академии, которыми являются: совершенствование учебного процесса, расширение возможностей для практики и стажировок, использование интеллектуальных ресурсов международных организаций и зарубежных партнеров.

Будучи членом Всемирной туристской организации ООН (ЮНВТО), РМАТ входит в небольшое число ее членов, прошедших сертификацию по системе TedQual. Однако в целом возможности сотрудничества с ЮНВТО в различных сферах значительно шире, и их освоение – это залог того, что РМАТ будет находиться на передовых позициях международного научного пространства. С целью закрепить на этих позициях и превратить наше присутствие в этой солидной международной организации в деятельное участие и плодотворное сотрудничество с ее рабочими органами и членами ЮНВТО в РМАТ была создана специальная кафедра по устойчивому развитию туризма (завкафедрой А.И. Сесёлкин), но на сегодня ее вклад в продви-

жение Академии на международных и внутренних рынках пока более чем скромно.

Отличительной чертой нашей Академии была и остается ее приверженность к социальному туризму, унаследованная от учредителя – Центрального совета по туризму и отдыху. Двадцатилетие забвения государственными органами управления туризмом и Правительством РФ в целом социальной проблематики в туризме привело к серьезным перекосам в структуре российского туризма, бесконтрольной гипертрофии выездного туризма, приведшей к обвалу рынка, в ущерб рациональному развитию российских регионов и использованию туристского потенциала страны в интересах всего населения. Вместе с учредителем мы активно продвигаем нашу общую позицию во всех инстанциях при эффективном содействии Международной организации социального туризма (ОИТС).

Хочу остановиться на реализации совместных международных образовательных программ. В этом году состоялся 6-й выпуск студентов по программе «РМАТ-Ватель». Всего же за период реализации данной программы 64 выпускника получили два диплома: российский и французский.

В декабре 2013 г. подписано Соглашение о сотрудничестве с Университетом Париж 1 Пантеон-Сорбонна (UPEST) по реализации совместной магистерской программы с выдачей двух дипломов. Реализуется программа сотрудничества с Миланским университетом Бикокка. Во время визита нашей делегации в Италию этот университет подтвердил продолжение совместной программы в новом учебном году.

С удовлетворением хочу отметить, что прошло время, когда мы начина-

ли использовать в учебном процессе международные программы профессионального туристского образования. Тогда эти программы хоть и назывались совместными, но главный ориентир они сосредотачивали на зарубежном опыте. В процессе использования совместных программ росла квалификация наших ученых и преподавателей, развивался их научный и творческий потенциал. Сегодня разработанные в РМАТ программы используются в зарубежных университетах, являются конкурентоспособными. Например, декан факультета магистратуры и аспирантуры РМАТ Е.В. Мошняга, доктор философских наук, является разработчиком и координатором совместной международной российско-итальянской магистерской программы РМАТ с Миланским университетом Бикокка. С ее участием разработана и реализуется совместная международная магистерская программа «Управление устойчивым развитием туристских дестинаций» с Институтом исследований в области туризма и высшего образования Университета Сорбонна (Франция). Е.В. Мошняга является автором свыше 70 научных трудов и учебно-методических пособий по межкультурной коммуникации, иностранным языкам, зарубежному регионоведению, концептологии международного туризма. Большое внимание научной общественности привлекла ее монография «Концептуальное пространство межкультурной коммуникации в туризме в условиях глобализации» (М., Советский спорт, 2010).

Признанием научных и методических возможностей РМАТ, ее международного авторитета являются предложения многих европейских вузов о сотрудничестве.

Центр продвижения итальянского языка и культуры при Миланском государственном университете предлагает расширить сотрудничество в форме прохождения курсов повышения квалификации на базе Центра в Италии, одновременно организовать на базе Академии курсы итальянского языка для российских туроператоров и курсы подготовки и повышения квалификации российских преподавателей итальянского языка в туризме.

Договор о сотрудничестве между Российской международной академией туризма и Университетом прикладных наук Миккели (Финляндия) был подписан в январе 2014 г. Договор предоставляет возможность осуществлять прием и направление студентов Академии на обучение в этот университет и финских студентов на обучение в Академию в рамках академической мобильности, а также приглашение преподавателей для чтения лекций и проведения совместных исследований, издания публикаций в научно-практических журналах наших учебных заведений, организации и проведения стажировок и летних/зимних школ для студентов.

С целью выявления заинтересованности студентов РМАТ в обучении в Университете Миккели было проведено анкетирование в Московском филиале РМАТ, которое показало, что около 80% опрошенных наших студентов хотели бы участвовать в этой программе. Однако по уровню знания иностранного языка в ней могли бы принять участие реально лишь 30% респондентов. И это проблема! Сотрудничество с Университетом Миккели предполагается начать в 2015/16 учебном году, но в этом случае, как показала жизнь, необходимо усилить языковую подготов-

ку наших студентов, предложить партнерам создать курсы русского языка финским студентам.

Международный авторитет нашей Академии проявляется в возрастающем количестве зарубежных вузов, предлагающих свое сотрудничество. Среди них: Французская бизнес-школа (г. Труа), Савойский университет (Франция), Эгейский университет (Греция), Университет Антонио Невриха (Мадрид, Испания), Международный университет прикладных наук (Германия), Люцернский университет прикладных науки и искусств (Швейцария), Университет Акдениз, факультет туризма (Турция), Казахстанский национальный университет им. Аль-Фараби. Есть предложения из Китая. Конечно, все это очень приятно и заманчиво, но реализовать эти предложения далеко не просто. Считаю это важнейшим перспективным направлением в деятельности ректората Академии.

Еще одно направление – это зарубежные стажировки. Как показала практика, стажировка является эффективным средством в процессе профессиональной адаптации будущих специалистов. В 2013/14 учебном году такой возможностью воспользовались более 200 студентов Академии. Впервые на зарубежную стажировку были направлены выпускники факультета СПО, достигнувшие 18-летнего возраста.

Большинство студентов выезжали на летние стажировки в Турцию. Основным партнером по организации стажировок в этой стране для РМАТ является крупнейший российский туроператор – компания «Библио Глобус». Студенты Академии проходят стажировку и в других туроператорских компаниях. Главным партнером Академии по организации летних ста-

жировок в Греции является компания «Музенидис Трэвел». В течение летнего сезона 2014 г. группа студентов стажировалась в этой компании в качестве трансферменов и гидов. Компания расширяет свою сеть в России, и многие студенты, прошедшие в ней стажировку, становятся сотрудниками представительств «Музенидис Трэвел» в разных городах России. В Академии организуются стажировки и в зимнее время – на зимних курортах в Финляндии и Австрии. Однако всего этого мало, так как зарубежными стажировками за период обучения охвачена лишь шестая часть студентов.

Для пропаганды стажировок среди студентов РМАТ и ее филиалов требуется не только открытие новых направлений стажировок, но и развитие старых, особенно в Европе. Большое количество русскоговорящего персонала запрашивают турфирмы Испании, Италии, Греции, Австрии, Финляндии. Академия регулярно получает заявки от туристских организаций из этих стран. Но основным сдерживающим фактором для развития стажировок в эти страны являются визовые формальности, которые могут быть преодолены только путем заключения договоров об обмене с туристскими вузами этих стран. Для решения этого вопроса нужна координация работы Центра стажировок, трудоустройства и практик с другими подразделениями Академии, осуществляющими международную образовательную деятельность. Вопрос очень важный, поэтому к нему нужно проявить особое внимание.

Воспитательная работа в студенческом коллективе основывается на Концепции воспитательной деятельности РМАТ и Федеральном законе «Об образовании в Российской Фе-

дерации». В последние годы возрастает участие факультетов и кафедр в воспитательной работе со студентами. Вот пример последовательной деятельности в этом плане кафедры гуманитарных дисциплин факультета менеджмента туризма (завкафедрой В.П. Сергеев). В частности, для формирования патриотизма у студентов кафедрой систематически проводятся студенческие научно-практические конференции, дискуссии, круглые столы. Проведены мероприятия по тематике: «400 лет преодоления смуты в Государстве российском», «200 лет победы в Отечественной войне 1812 года», «20 лет российской Конституции», «70 лет победы советского народа в Великой Отечественной войне», «Первая мировая война в мировой истории», «Российская Федерация как социальное государство». В.П. Сергеев ежегодно привлекает студентов и молодых ученых РМАТ к участию в работе международных и всероссийских форумов научной деятельности молодежи: «Моя законотворческая инициатива», «Юность, наука, культура», «Первые шаги в науке».

Кредо РМАТ – «Гордость Академии – студенты, гордость студентов – Академия» – подтверждается той деятельностью, которая связана с развитием студенческого самоуправления. Работа Студенческого совета, старостата, Совета общежития позволяет студентам участвовать в социально значимой деятельности Академии, в процессах принятия управленческих решений, иметь возможность вести диалог с представителями ректората и деканата, обсуждать и решать проблемы, касающиеся учебного процесса, организации быта, проведения культурно-массовых и развлекательных мероприятий.

За годы существования Академии сложился положительный имидж студентов РМАТ в Москве и Московском регионе, которые всегда активно участвуют во всех районных и городских спортивных, культурно-массовых мероприятиях, театрализованных представлениях, создают и реализуют авторские анимационные программы по заявкам местных муниципальных органов, проводят благотворительные акции. Активно проявляют себя на местах и наши филиалы.

Руководство Академии уделяет значительное внимание социальной защите студенчества. По ходатайству Студенческого совета и руководства факультетов отдельным студентам устанавливается индивидуальная стоимость обучения за отличную учебу, активное участие в общественной, научной деятельности, а также в иных случаях, связанных с исключительными обстоятельствами. Для оценки состояния учебной и социально-воспитательной работы в Академии проводятся регулярные опросы студентов, анкетирование.

Руководство Академии совместно с профкомом берет на себя решение многих социальных вопросов, которые официально закреплены в Коллективном договоре. Определены дополнительные гарантии и льготы работающим сотрудникам за счет собственных средств Академии. Все обязательства по Договору в 2014 г. администрация РМАТ, несмотря на трудное финансово-экономическое положение, выполнила.

В короткой статье невозможно подробно раскрыть все вопросы, требующие постоянного внимания и оперативного решения. Назначение нашей конференции состоит в том, чтобы коллективным разумом найти пути решения

тех задач, которые актуальны сегодня. Хотелось бы, например, детально проанализировать ход реализации Стратегии развития РМАТ на 2014–2018 гг. Нам нельзя допустить, чтобы этот документ стал «сводом пожеланий». Ученому совету и ректорату нужно последовательно контролировать выполнение того, что намечено. Возможно, стоит вернуться к обсуждению этого документа на кафедрах, на советах факультетов, на Ученом совете РМАТ.

В ближайшее время нужно рассмотреть деятельность Академии в контексте требований Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации». В частности, о создании базовых кафедр на предприятиях сферы туризма и гостеприимства, о внедрении практико-ориентированных программ высшего образования, так называемого прикладного бакалавриата. Много и других вопросов, требующих постоянного внимания и коллективного обсуждения.

Хочу процитировать одно еще из выступлений Владимира Владимировича Путина: «От того, как мы воспитаем молодежь, зависит то, сможет ли Россия сберечь и приумножить саму себя. Сможет ли она быть современной, перспективной, эффективно развивающейся, но в то же время сможет ли не растерять себя как нацию, не утратить свою самобытность в очень непростой современной обстановке...»

И в этом состоит главная задача профессорско-преподавательского состава Российской международной академии туризма, которая в текущем году отметила свое 45-летие. Именно наша Академия заложила основы профессионального туристского образования в России и продолжает это дело достойно.

Е.В. МОШНЯГА

**РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА
В ЭПОХУ ПОСТМОДЕРНИЗМА**

Автор рассматривает развитие туризма в современном обществе с точки зрения новой культурно-исторической ситуации – периода постмодернизма. При этом вводятся понятия посттуризма и посттуриста, отражающие их новое содержание в создаваемой гиперреальности окружающего мира, индустрии туризма.

Ключевые слова: туризм, постмодернизм, посттуризм, посттурист.

The author examines the development of tourism in modern society in the period of postmodernism. Thus the concepts of post-tourism and of post-tourist are introduced on the area of the industry of tourism.

Keywords: tourism, postmodernism, post-tourism, post-tourist.

Постмодернистскую ситуацию, или период постмодернизма в философии, социологии, культуре, исчисляют со второй половины XX в. Впервые термин *postmodern* (*постмодернистский, постмодерновый, постсовременный*) применил немецкий философ Рудольф Панвиц в своей работе «Кризис европейской культуры» (1917 г.) для характеристики сущности современного человека. Однако как системное понятие *постмодернизм* получил официальный онтологический статус и широкое распространение лишь в 1970–1980 гг.

В общекультурном смысле постмодернизм представляет собой новую культурно-историческую ситуацию, особый культурный канон, новый тип порядка, особый тип самосознания и мышления, специфический способ мировосприятия, мироощущения и оценки как познавательных воз-

можностей человека, так и его места и роли в окружающем мире. Постмодернизм как идеология, эстетика и культурная практика находит отражение не только в искусстве и литературе, но и во многих сферах бытования культур и областях человеческой деятельности, включая политику и экономику, науку и образование, досуг и отдых, моду и спорт, путешествия и туризм. Постмодернистская ситуация отчетливо отражается и во всех типах современного дискурса. Постмодернизм проявляет себя как философская концепция и тип мировоззрения, влияющие на закрепление в обществе определенных ценностей, взглядов, ориентиров, паттернов поведения, типов потребления, моделей коммуникации. Происходит переориентация с материального и духовного на преимущественно чувственный опыт познания.

Идеология постмодернизма раскрывает причины и демонстрирует пер-

спективы развития общества не только как общества потребления символов и образов, но и как общества, построенного на имитативности и симулятивности культуры. Постсовременное общество – это общество симуляции реальности. Французский философ-постмодернист Жан Бодрийяр показал, что в основе гиперреальности лежит симуляция, а ее основные компоненты – это симулякры, т.е. «подобия», «плохие копии», «копии копий» при несуществующих оригиналах. Отличительная черта пространства, наполненного симулякрами, – несоответственность объектов с реальностью. Реальность заменяется гиперреальностью, проектом, являясь порождением призраков реального (симулякров), исчезает различие между симуляцией и реальным. При этом симулякр не воспринимается как ложь, а напротив – видится реальнее, чем окружающий мир, потому что сопровождается фактами и документальными подтверждениями. Причины таких подмен и стирания различий между реальностью и имитацией Ж. Бодрийяр видел, в том числе, в трансформирующем воздействии СМИ на человеческое сознание, когда реальность пожирается изнутри информацией. «Информация пожирает свои собственные содержания. Она пожирает коммуникацию и социальное» [1, с. 54, 72].

Осмысливая постмодернистское восприятие реальности как гиперреальности, американский философ Фредрик Джеймисон указывал, что современный потребитель тяготеет к миру, который превращается лишь в образы себя, к псевдособытиям и зрелищам. Именно к таким «вещам», по его мнению, применимы концепция Платона и сам термин симулякр, т.е. «точ-

ная копия, оригинал которой никогда не существовал» [6, с. 18].

Г. Дебор и К. Кнабб в работе «Общество спектакля» отмечали, что современное общество стало обществом зрелищ. Культура симулякров рождается в обществе, где «образ стал конечной формой воплощения товара» [4].

В социокультурных практиках туризма в полной мере отражаются процессы, вызванные постмодернизмом как культурой, эстетикой, особым типом мышления и мировосприятия. Совершенно очевидно, что постмодернизм создал новые рамочные условия развития туризма как феномена массовой культуры.

Постмодернистская ситуация в туризме привела к формированию нового видения туризма в «постпроекте» или в «постистории», т.е. посттуризма. Посттуризм, иными словами, – это туризм периода постмодернизма (или постсовременности), который в свою очередь может служить индикатором постмодернистской ситуации с точки зрения потребления и быстрого распространения образов и знаков, представляемых как зрелища [3, с. 176]. Концепт «посттуризм» впервые использован М. Файфером в 1985 году [5]. Он отражает характер потребностей и мотиваций постсовременных туристов, модели их поведения и потребления. Посттурист – это потребитель, который открыто, но с иронией откликается на неаутентичный, коммерциализированный и симулированный опыт, предлагаемый ему туристской индустрией [10]. Посттурист – это тип постсовременного туриста, который удовлетворяется имитацией и симуляцией реальности, артефактами постановочной и сконструированной аутентичности, осознавая,

что это лишь игра, в которую следует играть, т.е. это искусственный путешественник, который наслаждается игровым и эстетическим опытом в процессе гедонистического потребления знаков, символов и образов культуры. Основополагающим стимулом посттуристского потребления является не сам продукт, а ощущения и впечатления в процессе его потребления, но главное – это опыт и воспоминания о пережитом во время путешествия. В целом, реальность бытия в культуре постмодернизма заменяется на потребность в экзистенциальном опыте, рефлексии, переживании.

Постмодернистская ситуация имеет место в условиях глобализации, в обществе потребления и в информационном пространстве. Исследователи обращают внимание, что постмодернизм развивается вместе с гиперконсюмеризмом, распространением экономики опыта и впечатлений, технологическим бумом. Потребители имеют множественный выбор и включаются в самые несовместимые на первый взгляд виды деятельности одновременно с тем, чтобы максимально использовать весь перечень возможностей. Поэтому посттуризм зачастую описывают как форму стилизованного эклектичного туризма, «попурри»-туризма (*pastiche tourism*) или «коллажного» туризма (*collage tourism*) [7, с. 62; 10].

Посттуризм создает новые практики реализации туристских потребностей. Так, Дж. Эри указывает, что «развитие посттуризма трансформирует процессы, посредством которых производится и потребляется *туристский взгляд*» [9, с. 92]. Туристский взгляд (*tourist gaze*) – это туристское видение или восприятие, состоящее в визуальном

потреблении посещаемого пространства (места, объекта, сообщества) путешественником. Туристский взгляд представляет собой созерцание реальности через «фреймы» (рамки), которые могут быть картинкой и в окне автомобиля, и на экране домашнего монитора или телевизора. Следуя этой логике, у посттуриста нет необходимости покидать дом, чтобы увидеть достопримечательности в реальной реальности, он знает, что картинка, которая предстанет его туристскому взгляду, будет такой же, как на экране монитора.

Ломаются привычные рамки потребления, нарушаются традиционные нормы поведения, отвергаются классические ценности и т.д. Так, туристическая индустрия поощряет чрезмерное питание и употребление алкогольных напитков, безграничную трату денег, вызывающую манеру одеваться, разнузданное поведение и т.п. При этом настроенность посттуриста на игру и разнообразие делает для него все более затруднительным получение удовольствия от простых радостей [9, с. 92]. Сообразно этим посттуристским потребностям развиваются новые продукты и новые формы потребления.

Посттуризм создает огромные возможности и условия для симуляции и симулякризации культурного опыта путешественников. Дестинация, реализующая генеральную концепцию индустрии туризма как индустрии мечты, может конструироваться как гиперреальность, наполненная симулякрами. Туристские объекты-симулякры и события-симулякры – это результат креативной и фантазийной деятельности человека по созданию объектов и событий, которые никогда не суще-

ствовавали в культурно-исторической реальности. Они представляют собой инсталляции-декорации в виде самостоятельного завершенного концептуального символического продукта-имитации, конструируемого под брендовым названием, которое само по себе уже является туристской аттракцией. При этом посетители не созерцают такие симулированные инсталляции как зрители извне, а, оказываясь внутри, становятся их частью, соучастниками действия и создателями образа, разделяя общие эмоции и испытывая радости бытия от игры. Симулякры конструируют для посетителей и туристов особую гиперреальность, декларирующую отказ от линейного восприятия пространства в пользу его многомерности [2, с. 219].

Симулятивная гиперреальность со своей семиотической средой включает разнообразные реальности, не соответствующие действительной реальности. Ярчайшими примерами симулякризованных туристских объектов являются, прежде всего, тематические парки и музеи восковых фигур, ставшие сетевым бизнесом во всем мире. По модели симуляции реальности развиваются крупные торговые центры, предлагающие посетителям огромное разнообразие видов деятельности и создающие условия для массового потребления не только товаров и услуг, но и зрелищ, отвечающих определенной концепции или теме.

Культура симулякров распространяется и на историческое прошлое, которое представляется в современном культурном и туристском пространстве измененным, модифицированным, художественно, стилистически и коммерчески преобразованным. Культурно-исторические события, которые яв-

ляются темами музейных и выставочных экспозиций, ложатся в основу событийного туризма, формирования туристских дестинаций, превращаются в образы и инсталляции, в проекты и акты, в симулякры и симулякры симулякров. Доисторический период оказывается особенно лишенным какой-либо историчности, превращаясь в набор «зрелищ». Реальность заменяется гиперреальностью, которая есть порождение призраков реального, то есть симулякров. Симулякр как образ способен вызывать сильное чувственное переживание в результате опосредованного контакта с заместителем объекта действительности [2, с. 238], и именно поэтому предметы-симулякры, объекты-симулякры, события-симулякры и даже люди-симулякры (делающие посещаемую культуру «ожившей» для туристов) отвечают спросу на туристском рынке.

Благодаря международному маркетингу симулякризованный туристский опыт становится востребованным в мировом туристском пространстве, формирует спрос, определяет концепции и стратегии дальнейшего развития дестинаций. Отражение идей симуляции и симулякризации реальности в туристском пространстве можно найти в таких продуктах концептологов туризма, как тематический парк, этническая гостиница, этнический ресторан, концептуальный ресторан, событийный туризм, мистический туризм и др.

Симулякризация туристского пространства и гиперреальность реализуются и проявляются в активном развитии виртуального туризма и экскурсий. Вместе с прогрессом компьютерных онлайн- и онсайт-технологий развиваются виртуальные туры и экскурсии по музеям, галереям, тематиче-

ским паркам, отелям и ресторанам, городам и целым дестинациям.

Феномен пространственно-временной компрессии, т.е. сжатия расстояния и времени так, что события, финансовые операции и коммуникация могут происходить одновременно, с одной стороны, и развитие новых технологий, с другой, продвинули культуру массово производимых «копий копий» (симулякров) и симулированный (искусственно имитируемый) опыт до таких масштабов, что постсовременный турист предпочитает искусственную гиперреальную достопримечательность реальной [8, с. 181], так как гиперреальность выглядит более наполненной смыслами и более «реальной», чем действительная реальность. Так, например, искусственно созданные концептуальные тематические парки могут привлекать современного туриста в гораздо большей степени, чем реальные национальные парки и другие аутентичные природные и культурные объекты именно за счет своей культурно-семиотической наполненности знаками, символами, смыслами, образами, обещающими гораздо более высокий уровень ощущений, переживаний и эмоций. Как отмечает Дж. Эри, посттурист получает удовольствие от шутовства, придуманности, лукавства симулированного опыта, осознавая искусный обман, но наслаждаясь им [9].

Исследователи признают, что западное общество стремительно дви-

жется от современного туризма к постсовременному туризму [11]. Посттуристы отказываются от посещения аутентичных объектов туристского показа, традиционно включаемых в туристские каталоги и путеводители и продвигаемых на мировой туристский рынок как достопримечательности, имеющие культурную и историческую ценность, в пользу гиперреальных и зачастую лишенных признаков культурной или этнической идентичности. Вместо классических мотивов туристских посещений и экскурсий по всемирно известным объектам посттуристы стремятся получить культурный опыт, который невозможно приобрести дома. Таким образом, цель туристского путешествия в постмодернистской ситуации – не посетить туристскую дестинацию, а «прожить» ее, причем по своему собственному усмотрению [11].

Развитие туризма в постмодернистской ситуации происходит в обществе потребления, причем сам туризм как социокультурная практика путешествий стал товаром. На массовый рынок выводится, продвигается, рекламируется не конкретный турпродукт в конкретную дестинацию, а сама идея путешествия как смена образа жизни с совокупностью потребительских свойств: обретение свободы и радости бытия, совместных переживаний и эмоций, игры и развлечения, получения нового опыта и впечатлений.

ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции // *Философия эпохи постмодерна*. Мн.: Красико-принт, 1996.
2. Усовская Э.А. *Постмодернизм*. Мн.: ТетраСистемс, 2006.
3. Bryant A. *Disney and His Worlds*. London: Routledge, 1995.

4. Debord G., Knabb K. *The Society of the Spectacle*. London: Rebel Press, 1983.
5. Feifer M. *Going Places*. London: Macmillan, 1985.
6. Jameson F. *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke University Press, 1991.

7. Rojek C., Urry J. (Eds.) *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*. London: Routledge, 1997.
8. Smith M.K., Robinson M. *Cultural Tourism in a Changing World: Politics, Participation and (Re)presentation*. Clevedon: Buffalo: Toronto: Channel View Publications, 2006.
9. Urry J. *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage, 2002.
10. URL: <http://knowledge.sagepub.com/view/key-concepts-in-tourist-studies/n30.xml> (дата обращения: 14.04.2014).
11. URL: <http://spacing.ca/montreal/2011/01/24/the-post-tourist/> (дата обращения: 14.04.2014).

УДК 338.48:008

В.П. МОЧЁНОВ

ТУРИЗМ И МУЛЬТИКУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО

Международный туризм оказывает мощное влияние на развитие межкультурных коммуникаций. Туристы в рамках различных культурных систем сталкиваются со специфическими стереотипами поведения: дистанцированность от власти, обособленность, маскулинность, избегание неопределенности, конфуцианский динамизм и т.д. В процессе межкультурного взаимодействия происходит процесс овладения туристами непривычными для них способами восприятия действительности (пространства и времени), и в результате этого формируется новое мультикультурное пространство. Ключевые слова: туризм, культурный шок, межкультурные коммуникации, национальные культуры, мультикультурное пространство.

The international tourism causes a powerful influence on the development of multicultural communication. In the borders of different cultural systems tourists face specific behavior stereotypes: distance from government, individualism, masculinism, avoidance of uncertainty, Confucius's dynamism e.t.c. The tourist tend to meet unusual ways to percept reality in the process of multicultural collaboration, as a result we can see the formation of a new multicultural space.

Key words: tourism, cultural shock, cross-cultural communication, national culture, multicultural space.

Феномен международного туризма в современном обществе является продуктом глобализационных процессов мирового сообщества. Он обусловлен в первую очередь достижениями научно-технического прогресса, обеспечившего бурное развитие скоростного транспорта, город-

ской инфраструктуры, промышленности, телекоммуникаций и т.д. Массовый спрос на путешествия стал возможен только в условиях роста благосостояния людей, повышения уровня образования населения и появления свободного времени. Это значит, что о влиянии международного туризма на социокультурные процессы в мировом сообществе можно говорить

лишь начиная со второй половины XX в.

По данным Всемирной туристской организации при ООН (UNWTO), в 1950 г. число туристов во всем мире составляло лишь 25 млн человек. Через 45 лет эта цифра выросла более чем в 20 раз и составила 528 млн человек. Всемирный охват международного туризма приобрел в начале 1960–1970-х гг. В результате образовался мировой туристский рынок, в котором сегодня участвуют практически все страны планеты. В XXI в. число туристов неуклонно растет (в 2000 г. – 675 млн, в 2005 – 795 млн, 2010 – 935 млн).

Известно, что культурные заимствования и влияния в значительной степени зависят от объема и интенсивности межкультурных коммуникаций. В истории есть немало примеров трансляции культурных ценностей путем активного межкультурного взаимодействия. Так, в Древнем мире широкое распространение эллинской культуры осуществлялось преимущественно в тех странах, которые были покорены армией Александра Македонского. Во всемирную историю этот период (323 г. до н.э. – 30 г. до н.э.) вошел как эпоха эллинизма.

В нашей стране, по мнению некоторых историков, проекты «европеизации» России в рамках декабристского движения (восстание декабристов в 1825 г.) появились как следствие пребывания российских войск в Париже после поражения Наполеона.

В XX в. господство марксистско-ленинской идеологии в сознании советских людей было подорвано пребыванием советских солдат в Европе, когда в массовом масштабе солдаты и офицеры увидели реальную картину жизни рабочих в капиталистических странах.

Опасность прямых контактов с иностранцами для идеологии марксистско-ленинизма руководители Советского Союза прекрасно осознавали. В связи с этим в 1950-е гг. в СССР развернулась борьба с космополитизмом, был введен запрет на браки с иностранцами. «Железный занавес», глушение зарубежных радиостанций выполняли функции ограничения массовых межкультурных коммуникаций. Неслучайно, что именно во времена перестройки в 1990-е гг. одним из первых законов перестроечного периода стало принятие закона о выезде и въезде граждан. Интенсивные контакты людей способствовали быстрому освобождению сознания от идеологических конструкций общественного устройства по марксистской модели.

Массовое распространение тех или иных идей ведет к трансформации быта и нравственных устоев, а также социальной организации общества. В истории Европы, например, под влиянием идей Просвещения развернулось широкое распространение грамотности, что, в свою очередь, способствовало глубинным культурным трансформациям. Иными словами, техническое решение вопроса о повсеместной грамотности населения Европы привело к формированию нового типа общества, появлению массовой культуры и демократических форм государственного устройства.

С культурологической точки зрения посещение исторических мест, памятников культуры – это всегда соприкосновение с историей и культурой. Важнейшая функция такого посещения – это вовлечение в культурное пространство. Помимо ознакомительной и познавательной функций эти памятники трансформируют сознание

туриста и пробуждают у него интерес к углубленному изучению истории, религии, культуры, что, в конечном счете, способствует расширению его культурного горизонта.

В 2010 г. общий поток международного туризма был распределен следующим образом: Европа – 51,0%; Азия и Австралия с Океанией – 22,0%; Северная и Южная Америка – 16,0%; Ближний Восток – 6,0%; Африка – 5,0%. Такое соотношение долей потоков в принципе можно считать устойчивым. Наиболее посещаемыми странами стали: Франция – 76,8 млн человек, Китай – 55,7 млн, США – 54,9 млн, Испания – 52,7 млн, Италия – 43,2 млн. Анализ посещаемости стран мира показывает, что в странах-лидерах мировой экономики побывало более 100 млн человек, а во Франции – культурной столице Европы XIX в. – почти 80 млн человек.

Непосредственное соприкосновение с реальностью той или иной страны воздействует на туриста по многим параметрам. Сначала человек погружается в новый культурный контекст. В Китае это ментальность даосизма и конфуцианства, в США – либерализма, сформированная идеями протестантизма и философией прагматизма. Во Франции турист попадает в атмосферу философского и общекультурного постмодерна.

Знакомство с памятниками культуры, историей страны, природными достопримечательностями, национальной кухней, ритмом жизни вводит туриста в новый мир, формирует в нем новый жизненный опыт.

Большинство зарубежных и отечественных социологов рассматривают туризм как активную форму отдыха, а туристов – как лиц, путешествующих

с целью отдыха, т.е. путешественников. Социологи анализируют феномен туризма с позиции потребности современного человека в смене стереотипов поведения. Всякий выезд с места постоянного пребывания влечет за собой смену привычной обстановки.

В обычных условиях человек «запрограммирован» на жестко регламентированный и однообразный образ жизни. Смена обстановки, а главное – смена жизненных координат, когда можно делать то, что не подобает в обычной жизни, позволяет человеку почувствовать себя не функцией системы норм, правил, традиций, этикета, а личностью, открытой для другого опыта. Человек стремится вырваться из трафаретов и стандартов предписанного обществом поведения. Резкая смена образа жизни рассматривается им как «встряска», как возможность побыть в ином мире.

Туризм как временное перемещение в другое культурное пространство помимо мотива смены привычной среды может быть вызван интересом к познанию другой культуры, желанием увидеть новые места планеты, познакомиться с нравами и обычаями других народов.

Попадая в незнакомую культуру, человек оказывается в ситуации, когда привычные способы и нормы поведения, усвоенные в результате инкультурации, могут быть неприемлемы или, по крайней мере, неэффективны.

Как отмечают исследователи, именно в условиях межкультурного общения происходит осознание паритета этого общения, специфичности собственных ценностных установок. Американский антрополог К. Оберг в 1954 г. ввел в научный обиход понятие «культурный шок», с помощью ко-

торого он описывал состояние дискомфорта, вызванное попаданием в другую культурную среду. Он также описал механизмы развития культурного шока.

Современные исследователи рассматривают культурный шок как часть процесса адаптации к новым условиям. Более того, в этом процессе личность не просто приобретает знания о новой культуре и нормах поведения в ней, но становится более развитой культурно, хотя и испытывает стресс. В связи с этим с начала 1990-х гг. специалисты предпочитают говорить не о культурном шоке, а о стрессе аккультурации.

В условиях глобального увеличения массовых коммуникаций и значительного оживления международной мобильности населения, выражающейся не только в увеличении туристских потоков, но и интернационализации бизнеса, науки, образования, усилении миграционных потоков на планете, в рамках культурной антропологии стали проводиться исследования по вопросам межкультурного взаимодействия и межкультурной коммуникации.

Сегодня в зарубежной и отечественной литературе в большом количестве представлены результаты многочисленных исследований по проблемам культурных различий. Так, голландский социолог Г. Хофстеде в работе «Измерения национальных культур в пятидесяти странах и трех регионах» на основе опроса 116 тысяч работников компании «IBM» сделал выводы о различиях в национальных культурах по пяти параметрам: 1) дистанцированность от власти; 2) обособленность (индивидуализм); 3) маскулинность; 4) избегание неопределенности (неприятие неопределенности);

5) конфуцианский динамизм (краткосрочная или долгосрочная ориентация на будущее).

По первому параметру для культур с большой дистанцированностью от власти (арабские страны, Латинская Америка, Юго-Восточная Азия, Россия) характерно восприятие власти как наиболее важной части жизни, преклонение перед начальством; для культур с малой дистанцированностью от власти (Австрия, Дания, США, Германия) характерно построение отношений на основе равенства, уважения к личности.

По второму параметру для культур с высоким индивидуализмом (США) характерно тяготение к личностным целям, осознание себя как «я», защита частных интересов, а для коллективистской культуры (Латинская Америка) присущи групповые цели, осознание себя как «мы», поддержание отношений, норм.

По третьему параметру (маскулинность – нацеленность на достижение результата любой ценой) для представителей таких стран, как Япония, Италия, Австрия, Мексика, Филиппины, характерны следующие качества: соперничество, уверенность в себе, целеустремленность, приверженность материальным ценностям; для представителей стран с низким значением этого показателя (Дания, Норвегия, Швеция), относящихся к «женскому типу», характерны почитание взаимоотношений, культурных ценностей, забота о качестве жизни.

По четвертому параметру (избегание неопределенности – степень восприятия и реагирования на незнакомые ситуации) наибольшей тревожностью и стремлением к предотвра-

щению стрессовых ситуаций отличаются латиноамериканские, романские и средиземноморские культуры. Немецоязычные страны (Германия, Австрия, Швейцария) занимают среднее положение в данной иерархии. США, Великобритания, северные европейские государства и большинство азиатских стран, за исключением Японии и Кореи, имеют тенденцию терпимого отношения к неизвестному будущему и незапрограммированным ситуациям.

В странах с высокой терпимостью к неопределенности правила и инструкции, сформулированные в письменном виде, не рассматриваются как обязательные, и наблюдается скорее эмоциональное противостояние формальному регламентированию общественной и профессиональной жизни. Люди в подобных культурах производят впечатление спокойных, выдержанных, инертных, даже ленивых, не придающих большого значения времени. Они в состоянии много работать, но при этом не чувствуют потребности быть постоянно активными и с удовольствием используют любую возможность для перерыва в течение рабочего дня. Поскольку уровень терпимости к новым идеям, непредсказуемым событиям в таких обществах достаточно высок, их представители отличаются большей способностью к инновациям, открытиям и творческому риску.

По пятому параметру (конфуцианский динамизм – краткосрочная или долгосрочная ориентация на будущее) для представителей культур с большими значениями этого параметра (Юго-Восточная Азия) характерны расчетливость, упорство в достижении целей, стойкость; для культур с малым значением (Европа) – приверженность тра-

дициям, выполнение социальных обязательств.

Широкую известность среди специалистов по межкультурным коммуникациям получила концепция «культурной грамматики» американского антрополога Э. Холла. В соответствии с этой концепцией все культуры можно разделить на высококонтекстные и низкоконтекстные. К странам с высоким контекстом культуры принадлежат Франция, Испания, Италия, страны Ближнего Востока, Япония и Россия.

Для представителей высококонтекстных культур много информации передается неязыковым контекстом – иерархией, статусом, внешним видом человека, манерами его поведения, условиями проживания и т.д. В культурах этого типа используется очень много намеков, подтекста, фигуральных выражений и т.д.

В противоположность высококонтекстным культурам в культурах с низким контекстом роль неформальных сетей информации невелика, поскольку представители таких культур достаточно жестко разделяют сферу своего личного мира от служебного и от других аспектов повседневной жизни. К низкоконтекстным Э. Холл относит прежде всего Германию. Культура Северной Америки сочетает в себе, по его мнению, средний и низкий контексты.

Широкое распространение получило деление культур на моно- и полихронные. Деление этих культур осуществляется на основе восприятия времени: в монохронных культурах время рассматривается как линейная система, в полихронной системе времени возможно параллельное существование дел и событий, время рассма-

тривается либо циклично, либо событийно, но не как прямой вектор движения в одну сторону. В культурах с монокронной темпоральностью, в которых четко распределяются приоритеты, обычным и нормальным считается сосредоточенность в определенный промежуток времени только на одном деле, большое внимание уделяется планированию и пунктуальности. Страны, в которых доминирует такой способ распределения времени, относятся к нему как к вещественной ценности («время – деньги»). При данном подходе время можно экономить, тратить попусту, терять, нагонять, ускорять, т.е. его можно осязать.

Монокронная система времени типична для большинства промышленных западных стран (Германия, США). К типичным полихронным культурам относятся страны Латинской Америки, Ближнего Востока и государства Средиземноморья.

Общение людей из разных культур в значительной степени обусловлено, по мнению Э. Холла, различиями в их представлениях о времени. Как правило, представители групп с доминирующим моно- или полихронным использованием времени в лучшем случае ис-

пытывают в процессе взаимодействия удивление, в худшем – переживают не удовольствие и стресс. Возможность избежать подобного конфликта заложена в понимании разницы и перестройке сознания на терпимое восприятие другого подхода к организации времени.

Анализ результатов многочисленных культурологических исследований национальных культур показывает, что в современном мире сохраняются общие архетипические черты культур, сформированных под воздействием глубинных религиозных, исторических и этнических факторов. В условиях интенсивного взаимодействия носителей этих культур формируется общее мультикультурное пространство.

Современный международный туризм как сфера массового интенсивного культурного обмена способствует установлению взаимопонимания людей разных культурных традиций, формированию терпимости к особенностям национального характера и стереотипам поведения. Сегодня это самая действенная форма снижения ксенофобии в современном обществе и расширения культурного горизонта миллионов людей.

ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Дугин А.Г. *Теория многополярного мира*. М.: Евразийское движение, 2013.
2. Зорин И.В. *Феномен туризма*. М.: Наука, 2005.
3. Мошняга Е.В. *Концептуальное пространство межкультурной коммуникации в*

- туризме в условиях глобализации: монография*. М.: Советский спорт, 2010. (Профессиональное туристское образование).
4. URL: <http://www2.unwto.org/ru>
5. URL: <http://feweb.uvt.nl/center/hofstede/index.htm>

Е.В. СЕРЕДИНА

**СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА РЕКРЕАЦИОННЫХ
РЕСУРСОВ КУОРТОВ БОЛЬШАЯ ЯЛТА
И БОЛЬШОЙ СОЧИ**

Автор проводит сравнительную оценку рекреационных ресурсов курортов Большая Ялта и Большой Сочи по комплексу показателей с целью определения конкурентоспособности и перспектив развития туристских территорий.

Ключевые слова: рекреационные ресурсы, оценка туристских территорий, конкурентоспособность туристских территорий, курорт Большой Сочи, курорт Большая Ялта.

The author conducts a comparative assessment of the resources of resorts of Yalta and of Grand Sochi on a range of indicators to determine the competitiveness and prospects of development of tourist destinations.

Keywords: resources, assessment of tourist areas, the competitiveness of the tourist destinations, Grand Sochi resort, Yalta.

В условиях, когда рынок получает признание в качестве общезначимой ценности, все большую важность приобретает оценка конкурентоспособности территорий. Часто при характеристике земли оперируют понятиями уникальности региона, его природно-ресурсным потенциалом, но, диагностируя его, многие ландшафтно-географические и социально-культурные показатели не учитываются. Особенно важен их учет при исследовании перспектив развития того или иного региона для туристских целей.

В этой связи в нижеприведенном исследовании делается попытка оценить рекреационные ресурсы регионов на примере двух крупных черноморских курортов – Большой Ялты (далее Б. Ялта) и Большого Сочи (далее Б. Сочи) для выявления конкурентоспособности курортов.

Выбор объектов исследования не случаен, Б. Сочи получил статус столицы Олимпийских игр 2014 г., и в ближайшее время этот курорт должен стать крупнейшим курортом страны. Детальный анализ ландшафтного и социально-культурного потенциала курорта дает возможность выявить его наиболее привлекательные стороны, чтобы максимально использовать их для повышения конкурентоспособности. Крымские и кавказские курорты всегда конкурировали между собой. Крымские курорты стараются удерживать (по крайней мере, до последнего времени) российский поток, а кавказские, наоборот, привлечь его к себе. Особенно остро эта борьба протекает на фоне деятельности турецких курортов, которые оказываются привлекательнее как для россиян, так и для украинцев.

В настоящее время Б. Сочи ощущает мощную финансовую поддержку со стороны правительства и частного ка-

питала и активно развивается. Однако на сегодняшний день его позиции не столь сильны, и курорт во многом проигрывает не только Анталии, но и Б. Ялте. Для того чтобы понять, какие конкретные усилия необходимо приложить для выведения Б. Сочи на качественно иной уровень развития, необходимо реально оценить его рекреационные ресурсы, выявить положительные и отрицательные стороны функционирования курорта.

Для этого был проведен сравнительный анализ состояния рекреационных ресурсов и современного туристского хозяйства Б. Сочи и Б. Ялты.

Курортная агломерация Б. Ялта включает в себя все курортные поселки Южного берега Крыма от Гурзуфа до Фороса, такие как Массандра, Ливадия, Ореанда, Симеиз, Кацивели, Алупка, Мисхор и другие.

Курортная агломерация Б. Сочи протягивается от реки Шепси на северо-западе и до реки Псоу, в состав которой входят Адлерский, Хостинский, Центральный и Лазаревский районы, представляющие самостоятельные курортные зоны с многочисленными поселками. Наиболее крупными поселками являются Хоста, Адлер, Дагомыс, Мацеста, Лоо, Головинка, Лазаревское и другие. В состав Адлерского района входит расположенный на высоте 550–600 м над уровнем моря, у подножия южного склона Главного Кавказского хребта, поселок Красная Поляна.

Существуют различные сравнительные оценки природных ресурсов. Чаще всего применяется балльная интегральная оценка, с помощью которой оцениваются как количественные (запасы, емкость, площадь, частота использования), так и качественные (эстетика, уникальность, много-

функциональность) показатели. Оценочные шкалы могут быть различными, в данной работе используется пятибалльная шкала, соответствующая следующим качественным параметрам оценки: «очень слабо», «слабо», «средне», «сильно», «очень сильно».

■ **Рельеф.** В рельефе курорта обычно вычленяют береговую полосу (пляжи), которая анализируется отдельно. Здесь также проведена оценка рельефа и отдельно береговой полосы.

Рельеф Б. Ялты представляет собой часть южного склона Крымской горной гряды высотой 1200–1500 м. Рельеф чрезвычайно разнообразен и состоит из небольших горных хребтов, скалистых гребней и котловин, расчлененных многочисленными оврагами и речными долинами, ущельями. Часто русла представляют собой уступы, водопады. Такой рельеф очень живописен и пригоден для разнообразных видов туризма – прогулок, скалолазания, авто-, мото- и конных маршрутов, но не для зимних видов спорта. На многие вершины ведут туристские тропы, на Ай-Петри, Дарсан – канатные дороги. Крым – классическая карстовая область. Только на Ялтинской яйле находится несколько сот карстовых полостей и пещер. Среди них пещера Висячая, Медовая, Каскадная, Мисхорская, Геофизическая и многие другие, представляющие несомненный интерес для спелеологов.

Рельеф Б. Сочи также горный, но представляет собой более протяженный амфитеатр продольных и поперечных хребтов высотой от 1100 до 2500–3000 м. Ближе к Сочи расположены живописные не слишком высокие (от 300 до 1100 м) хребты Ахун, Быхта, Алек, Мамайский, Верещагин-

ский и др., которые, спускаясь к морю, окружают территорию курорта с северо-востока, востока и юго-востока. Здесь множество памятников природы: водопадов; живописных скалистых ущелий – Агурские водопады, Орлиные скалы; пещер – Воронцовская, Ахштырская и др. В Адлерском, более равнинном, районе горы отходят дальше от берега и поднимаются до высот более 3000 м, где лежит вечный снег. В ущелье реки Мзымты находится поселок Красная Поляна – центр проведения зимних Олимпийских игр. От Адлера до Красной Поляны введена в строй автомагистраль, позволяющая подняться к снежным вершинам менее чем за полчаса. Более разнообразные формы рельефа Б. Сочи позволяют расширить спектр видов туристской деятельности, включив в него в высокогорной области альпинизм и горнолыжный туризм. Именно этот факт позволяет оценить рельеф Б. Сочи более высоко, чем рельеф Б. Ялты.

Рельеф береговой линии. Берега Б. Ялты представляют собой чередование небольших бухт и невысоких скал причудливой формы (гора-Кошка, гора-Медведь), обрывающихся в море. Береговая линия Б. Сочи относительно ровная, не изрезанная бухтами и выступающими в море мысами. Лишь в Центральном районе она образует так называемый Сочинский мыс, где размещается центр города-курорта. Протяженность пляжной полосы в Б. Сочи значительно (соответственно, 140 и 59 км) превышает протяженность пляжей в Б. Ялте. С точки зрения строительства курортных объектов берег в Б. Сочи более привлекателен, чем в Б. Ялте.

Пляжи на обоих курортах галечные и довольно узкие, их ширина не превышает 70–100 м. Важнейшей пробле-

мой обоих курортов является деградация пляжей из-за размыва берега и высокой рекреационной нагрузки. В местах интенсивного строительства происходит проседание грунта и дальнейший размыв пляжной полосы. Склоны ялтинских бухт, сложенные рыхлыми породами, размываются в результате оползней. По данным береговой геологической службы, из 715 км береговой линии Крыма около 520 км поражено оползнями и разрушающей деятельностью моря. На Краснодарском побережье за последние 40 лет ширина пляжей уменьшилась в 2–2,5 раза, а на ряде участков пляжи полностью исчезли. Там, где строители искусственно бетонируют склоны, фиксируется еще большая деградация пляжей, поскольку не происходит компенсации материала. Пляжи деградируют и за счет роста числа отдыхающих и, соответственно, увеличения рекреационной нагрузки.

Нагрузки в районе массандровского и городского пляжей Б. Ялты, адлерского и сочинского пляжей Б. Сочи в несколько раз превышают нормативы. На обоих курортах осуществляется искусственная подсыпка пляжей щебнем, а для ослабления волн построены буны. И все же, несмотря на то, что процессы деградации пляжей наблюдаются на обоих курортах, сочинские пляжи можно оценить выше, так как их протяженность почти в 3 раза больше, чем в Б. Ялте. Предельная рекреационная емкость пляжей в Б. Сочи также выше и составляет 149 млн человек, тогда как в Ялте – 333,33 тыс. человек¹.

¹ Предельная рекреационная емкость пляжей рассчитывалась исходя из нормативов 4,5 кв. м на человека при продолжительности купального сезона 180 дней, средней продолжительности отдыха – 12,5 дней и среднем коэффициенте сменяемости посетителей, равном двум.

В целом сочинский рельеф можно оценить выше, чем ялтинский, поскольку он является более разнообразным (от морского до высокогорного), а береговые пляжи – более протяженными. Наличие высокогорных форм рельефа и морских пляжей делает Б. Сочи уникальным местом, позволяет широко использовать этот курорт и в зимнее время.

■ **Климатические и биоклиматические характеристики.** Климат Б. Сочи характеризуется как типичный субтропический, теплый и влажный, типа морского, весьма близкого к климату северных влажных субтропиков. С влажностью связано такое дискомфортное явление, как духота. Она особенно тяжело переносится, если сопровождается термическим перегревом, происходит гигротермический дискомфорт. Это явление повсеместно развито в Сочи в июле-августе, в наиболее высокий туристский сезон. Относительная влажность воздуха достигает 76–80%, а в ночные часы может превышать 85–90% (при норме 40–60%). В Сочи же этот показатель превышает почти в два раза. Духота плохо переносится отдыхающими с заболеваниями бронхитами, фарингитами, легочными заболеваниями, бронхиальной астмой, увеличивает нагрузку на сердечно-сосудистую систему. Поэтому высокий сезон в Сочи противопоказан многим туристам, особенно детям и людям зрелого возраста. Кроме того, высокая влажность воздуха создает бытовые неудобства – практически не сохнет белье, купальники и т.д.

Климат Б. Ялты климатологи называют средиземноморским, потому что здесь, как и на берегах Средиземного моря, зимние осадки значительно

преобладают над летними, лето жаркое и сухое. В Ялте показатели влажности значительно ниже, чем в Сочи. Этот климат считается более «здоровым», он показан отдыхающим с различными легочными, бронхиальными заболеваниями. Здесь легко дышится. Основной профиль лечения в Б. Ялте – это климатолечение, которое проводится уже свыше ста лет. Самым распространенным и естественным видом лечения климатом является аэротерапия в виде прогулок в парках, на берегу моря или в горных лесах, прием воздушных ванн и сон на воздухе в открытых павильонах.

Ниже приводится сравнительная таблица климатических показателей разных курортов мира, которая свидетельствует, что климат в Ялте более благоприятен для отдыха и лечения, чем в Сочи и многих других курортах мирового значения (табл. 1).

Ветровой режим на курортах Б. Ялты также более благоприятен для отдыха, по крайней мере, в начале курортного сезона, чем в Б. Сочи, здесь среднемесячная скорость ветра невелика, 2,6 м/с, а Б. Сочи – 3 м/с, при этом весной и в начале лета преобладают ветры западного переноса, способствующие штормовым явлениям на море. Режим осадков в Б. Ялте также более благоприятный, здесь выпадает в среднем 574 мм в год (табл. 2), тогда как в Б. Сочи – почти в 3 раза больше.

В холодное время года в Ялте идут частые обложные и морозящие дожди, снежный покров наблюдается крайне редко. В Б. Сочи обильные осадки зимой – выпадает много снега, особенно в среднегорьях и высокогорьях. Снежный покров устанавливается в конце октября и сходит в конце марта. Мощность снежного покрова достигает

0,5–1 м уже в ноябре, а в январе и феврале метелями надуваются снежные наносы до 4 м. Для сочинской зимы на побережье характерно преобладание относительно теплой пасмурной пого-

ды с затяжными дождями, ливнями и резкими колебаниями всех метеорологических элементов, что весьма неблагоприятно для лечения и отдыха в это время года.

Таблица 1

**Сравнение климатических характеристик Ялты, Сочи и других курортов
на берегах Средиземного моря**

Название пункта	Температура воздуха в январе, С°	Температура воздуха в июле, С°	Температура воды в июле, С°	Относительная влажность воздуха в июле, %	Количество дней с осадками летом
Ялта	4,0	23,7	23,1	61	5,2
Сочи	4,0	23,2	23,8	79	6,4
Ницца	7,0	23,0	21,3	54	3,0
Марсель	6,1	22,2	21,3	54	3,0
Афины	8,3	26,7	24,4	48	3,0
Лимассол (Кипр)	11,7	25,6	25,9	60	0
Хайфа (Израиль)	13,9	27,8	26,9	71	0
Валенсия	10,0	24,0	24,0	62	2,0
Анталья	9,9	28,1	25,8	62	0

Таблица 2

Количество осадков на курортах Б. Ялты и Б. Сочи, мм

Курорт	Среднегодовое количество осадков	Среднемесячное количество осадков летом
Большая Ялта	574	40
Большой Сочи	1437	52

Таким образом, в летнее время климат в Б. Ялте значительно благоприятнее, чем в Б. Сочи. В зимний период климат неблагоприятен для обоих курортов в прибрежной зоне, но весьма благоприятен на Красной Поляне, где обильный снег дает возможность заниматься различными видами зимнего спорта.

■ **Водные ресурсы.** Основными характеристиками морских вод являются продолжительность купально-

го периода и температурный режим воды.

Купальный сезон в Ялте для взрослых начинается с 17 мая и длится до 20–25 октября (5 месяцев). В Б. Сочи купальный сезон продолжительней, в среднем он составляет 5,5–6 месяцев – с 15 мая по 15 ноября, температура воды колеблется от 16 до 27 °С (табл. 3). Это дает возможность оценить морские ресурсы Б. Сочи несколько выше, чем Б. Ялты.

Таблица 3

Среднемесячная температура воды, °С

Курорт	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь
Большая Ялта	17–18	20–20,5	23,0	24,0	21–22	17–18
Большой Сочи	16,2	20,8	23,8	23,6	21,6	17,3

Явление апвеллинга. На южном берегу Крыма часто происходит весьма неблагоприятный для отдыха процесс – сгон теплых поверхностных вод и замещение их глубинными холодными водами. Это явление носит название апвеллинга. Из-за сгонов температура прибрежных вод резко понижается до 10–8 градусов. Апвеллинг наблюдается в июне и начале июля. Для Б. Ялты характерно 2 вида апвеллинга – экмановский и сгонный. Первый образуется под действием берегового западного ветра, сгоняющего поверхностные нагретые воды вдоль берега, второй – сильного ветра с суши. Сгонный апвеллинг – явление короткопериодное и локальное. Но даже это локальное понижение температуры воды у берега резко ухудшает положение Б. Ялты. Экмановский апвеллинг наблюдается чаще и захватывает значительные площади акватории моря вдоль берега. Начальная скорость изменения температуры воды у него меньше, чем у сгонного (он может понизить ее на несколько градусов – от 2 до 4), но продолжительность больше. Наиболее часто это явление наблюдается в июле. Продолжительность экмановского апвеллинга колеблется от 1 до 10 дней (часто от 2 до 4 дней). Продолжительность сгонного апвеллинга, как правило, 3 дня. Апвеллинг сильно снижает оценку морских ресурсов Б. Ялты по сравнению с Б. Сочи.

Водообеспеченность пресной водой. Одной из важнейших проблем функционирования курорта Б. Ялта является водообеспечение. Рост городов и поселков, потока отдыхающих привел к острой нехватке питьевой воды, особенно в летнее время, когда пресная вода требуется еще и на орошение. В настоящее время Б. Ялта снабжается питьевой водой за счет маловодных крымских рек, на которых расположено 15 водохранилищ (8 из них – для питьевых нужд). Подача воды в дома летом, особенно горячей воды, ограничена. Во многих здравницах подача горячей воды осуществляется по графику – лишь в утренние и вечерние часы.

В Б. Сочи подобные проблемы пока не стоят, так как 40 рек и ручьев, протекающих по территории курорта, достаточно полноводны, чтобы обеспечить питьевой водой гостей и местных жителей, но уровень изношенности водопроводов также очень высок, что в дальнейшем может привести к нехватке питьевой воды.

В целом можно сказать, что Б. Ялта сильно уступает по качеству водных ресурсов Б. Сочи.

■ **Минеральные воды и лечебные грязи.** На территории Б. Сочи находится крупнейший уникальный бальнеологический лечебный центр «Мацеста». Источники Мацесты – это богатейшие запасы сульфидных минеральных вод, дебит которых составляет 9,7 тыс. м³

в сутки. Бальнеотерапевтическое объединение «Мацеста» имеет 924 ванны с годовой пропускной способностью около 3 млн водных процедур. Мацестские источники с высоким содержанием сероводорода используются при лечении широкого спектра заболеваний. Практически все санатории, пансионаты с лечением, городские поликлиники используют мацестские воды и грязи. Кроме них Сочи располагает запасами столовых минеральных вод типа «Нарзан» и «Боржоми» с запасами около 0,3 тыс. м³ в сутки. Потенциальные гидроминеральные ресурсы региона позволяют обеспечить бальнеологическим лечением почти 4 млн человек за холодный период.

В Б. Ялте также есть свои минеральные источники, однако по содержанию, запасам и дебиту они сильно уступают сочинским. В частности, минеральная вода «Ялтинская» (источник «Меласс», расположенный в 40 км к западу от Ялты, однако дебит «Меласса» составляет всего 0,09–0,1 л/с). Лечебных грязей на курорте нет, их завозят из Сакского грязевого озера, уникального грязевого источника.

Таким образом, по качеству и объемам минеральных вод и грязей Б. Ялта уступает Б. Сочи.

■ **Парки и лесные насаждения.** Растительный мир обоих курортов чрезвычайно разнообразен. В пределах курортной агломерации Б. Ялты находится 3 заповедника, 8 заказников, 23 памятника природы, 24 парка-памятника, 4 заповедных урочища общей площадью 1255 кв. км (В.Г. Ена, Ал.В. Ена, Ан.В. Ена, 1999). Парки в Б. Ялте уникальные, известные еще с начала XIX в. Самые популярные – Никитский ботанический сад и Ворон-

цовский (Алупкинский) парк. В Ялте традиционно отдыхала царская семья и великосветская знать, здесь были построены летние царские резиденции, дворцы, усадьбы, на территории которых были разбиты прекрасные парки. Помимо Алупкинского здесь находятся Ливадийский, Массандровский, Гурзуфский парки, которые являются памятниками природы.

Сочи как курорт возник намного позже Ялты, еще в начале XX в. это был небольшой поселок. Он застраивался в 30-е гг. прошлого века, а парки были разбиты уже в послевоенное время, за исключением Сочинского дендрария, который был основан в 1892 г. Поэтому парков в Б. Сочи меньше по числу и по площади.

Если по наличию парков Б. Сочи уступает Б. Ялте, то по количеству лесных насаждений превосходит. Фактически вся территория Б. Сочи за исключением селитебных земель относится к Сочинскому государственному национальному парку, примыкающему к крупнейшему на Западном склоне Кавказскому государственному биосферному заповеднику – национальному парку (площадью 62 тыс. га), в состав которого входит Красная Поляна. Этот заповедник – «резервуар» уникальной природы Западного Кавказа на высоте 260–3360 м над уровнем моря.

Таким образом, по обеспеченности природоохранными территориями курорты мало в чем уступают друг другу, но по насыщенности садами и парками, имеющими высокую эстетическую привлекательность, Б. Ялта превосходит Б. Сочи.

■ **Рекреационная нагрузка.** По площади Б. Сочи более чем в 10 раз боль-

ше Б. Ялты, хотя поток туристов в Б. Ялту лишь в 3,3 раза меньше, чем в Б. Сочи. Это говорит о том, что плотность отдыхающих на курорте Б. Ялта значительно выше, чем в Б. Сочи (соответственно, 1872 и 463 чел. на 1 кв. км). Поэтому рекреационная нагрузка на курорт, а значит, и на пляжи, парки Б. Ялты значительно выше, чем в Б. Сочи. Это также свидетельствует о том, что на курорте Б. Сочи есть перспектива дальнейшего увеличения емкости туристского потока, тогда как в Б. Ялте рекреационные нагрузки уже настолько высоки, что дальнейшее развитие курорта может повлечь его резкую деградацию.

■ **Историко-культурный потенциал.** Сравнение историко-культурного потенциала показывает, что Б. Ялта превосходит Б. Сочи значительно. Это связано с объективными причинами освоения черноморских курортов, поскольку Крым как место отдыха осваивался уже с начала XIX в., а многие губернаторские дворцы начали строиться еще в конце XVIII в. Воронцовский дворец, например, строился в течение 1782–1856 гг. XIX в. ознаменован периодом создания комплексов дворцово-паркового искусства, что отразилось и в архитектуре Б. Ялты: курорт богат уникальными шедеврами архитектурного зодчества того времени.

Сочи в тот период был еще небольшим поселком, и его рост как курорта пришелся лишь на начало 30-х гг. двадцатого столетия. Историко-культурные памятники Б. Сочи были созданы в период советской власти, здесь интересны многие постройки санаторных комплексов так называемого сталинского периода, есть и музеи, но их

историко-культурная значимость ниже, чем в Б. Ялте. Вместе с тем в последние годы организаторами туристской деятельности был создан целый спектр экскурсионных маршрутов, включающих в себя осмотр как природных, так и вновь созданных достопримечательностей. Это Музей истории города Сочи, Арт-галерея «А.А.С. Пластика в дереве», частный Музей керамики и живописи Ю. Новикова, аквариум-террариум, Музей ретро-автомобилей и другие.

■ **Сравнительная оценка природных ресурсов.** Краткий поэлементный сравнительный анализ обоих курортов свидетельствует о том, что оба курорта очень популярны среди туристов, отдельные рекреационные ресурсы уступают друг другу по количественным или качественным признакам. Ниже приводится оценка рекреационных ресурсов, которая дает представление, насколько и по каким параметрам один ресурс уступает другому.

Существуют различные сравнительные оценки природных ресурсов. Чаще всего применяется балльная интегральная оценка, с помощью которой оцениваются как количественные (запасы, емкость, площадь, частота использования), так и качественные (эстетика, уникальность, многофункциональность) показатели. Оценочные шкалы могут быть различными, в данной работе используется пятибалльная шкала (от 1 до 5 баллов), соответствующая следующим качественным параметрам оценки: очень низкая, низкая, средняя, высокая, очень высокая (табл. 4).

Как показывают данные табл. 4, более богатыми природными рекреаци-

онными ресурсами обладает курорт Б. Сочи. Суммарная оценка ресурсов Б. Сочи составляет 119 баллов, тогда как в Б. Ялте она достигает лишь 108

баллов. Разница в баллах не столь велика. Фактически по качеству и количеству рекреационных ресурсов Б. Ялта ненамного уступает Б. Сочи.

Таблица 4

Сравнительная экспертная оценка рекреационных ресурсов Б. Сочи и Б. Ялты

Параметр	Б. Ялта	Б. Сочи	Оценка рекреационных ресурсов, баллы	
			Б. Ялта	Б. Сочи
Рекреационные ресурсы				
Перепады высот рельефа, м	0–1234	0–3360	1	5
Число памятников природы	23	90	2	5
Температура воздуха, июль, °С	23,7	23,2	5	5
Температура воздуха, январь, °С	4,0	4,0	3	3
Температурный максимум в июле, °С	27,7	39,9	5	4
Продолжительность солнечного сияния, час	2500	2300	5	5
Относительная влажность в июле, %	61	80–90	5	1
Относительная влажность в январе, %	58	67–70	3	2
Повторяемость душных погод (дней с абс. влажностью более 18 мл/бар) за летний период, %	До 30	Более 50	5	1
Годовое число осадков, мм	574	1437	5	2
Количество осадков в июле, мм	38	93	5	1
Количество осадков в январе, мм	73	185	2	5
Температура воды, июль, °С	23,0	23,8	5	5
Продолжительность благоприятного периода для отдыха, дней (по Н.А. Даниловой)	136–140	140–147	5	5
Явление апвеллинга	0	3	0	5
Продолжительность купального сезона, дней	135	152	4	5
Обеспеченность пресной водой, %	50	100	1	5
Площадь лесов, тыс. га	15	282	3	5

Вместе с тем оказалось, что по некоторым параметрам курорты существенно отличаются друг от друга, разница составляет 5 и 4 балла. Такая разница зафиксирована в 12 случаях – при

оценке рельефа, режима осадков (относительная влажность и число осадков летом, повторяемость душных погод), явления апвеллинга, обеспеченности пресной водой, лечебно-минеральной

базы, историко-культурного потенциала. Эти показатели мы назвали *контрастными*. На них, как представляется,

следует обратить особое внимание при анализе перспектив конкурентоспособности курорта Б. Сочи (табл. 5).

Таблица 5

Контрастные показатели в оценке курортов Б. Сочи и Б. Ялты, баллы

Контрастные показатели	Б. Ялта	Б. Сочи
Перепады высот рельефа	1	5
Относительная влажность и число осадков в июле, повторяемость душных погод	5	1
Явление апвеллинга	0	5
Предельная рекреационная емкость пляжей за летний сезон (180 дн.)	1	5
Обеспеченность пресной водой	1	5
Лечебно-минеральные источники	1	5
Историко-культурный потенциал	5	1

По контрастным показателям Б. Сочи уступает Б. Ялте лишь по климатическим характеристикам и значимости историко-культурного потенциала, по остальным показателям его ресурсы значительно выше, чем Б. Ялты. Для того чтобы преимущества курорта Б. Сочи стали еще сильнее, необходимо сгладить контрасты там, где Б. Сочи проигрывает Б. Ялте, и, наоборот, усилить те позиции, в которых Б. Сочи находится в более выигрышном положении. Например, климатические параметры изменить невозможно, но слабость историко-культурного потенциала возможно усилить путем создания альтернативных объектов, которые могут вызвать интерес и стать популярными у туристов.

Для усиления позиции курорта Б. Сочи, повышения его конкурентоспособности, на наш взгляд, необходимо:

1. Максимально *использовать все формы рельефа*, представленные на курорте, – от высокогорных ландшафтов до пляжной полосы. Собственно в на-

стоящее время этот процесс идет, недаром рекреационно-туристская зона Б. Сочи получила название «горно-морская». Сейчас основной упор делается на использование высокогорных и пляжных комплексов рельефа. Но этого недостаточно. Необходимо вовлечь в туристскую инфраструктуру и среднегорные территории, максимально использовать их для организации разнообразных туристских маршрутов – велотуризма, конного туризма, пешего, спелеотуризма и многих других видов. Возможно создание сквозных маршрутов, проходящих через все высотные зоны – от высокогорья до пляжной полосы. В этом случае будут использованы все формы рельефа курорта, а сама туристско-рекреационная зона обогатится широким спектром туристских маршрутов.

2. Необходимо *сохранить и приумножить лечебные свойства курорта*. Сохранение его лечебной ориентации даст возможность позиционировать Б. Сочи на туристском рынке не

только как оздоровительный и спортивный, но и как лечебный курорт. В этом случае Б. Сочи сохраняется как курорт круглогодичного использования, что очень важно для его функционирования. Между тем сейчас в Б. Сочи идет строительство гостиниц, не санаторных учреждений. Понятно, что к Олимпиаде курорту требуется создание мощного комплекса мест размещения, но это не значит, что оно должно идти вместо развития лечебного отдыха. Олимпиада – событие хотя и мирового значения, но это одноразовая акция, тогда как Б. Сочи должен иметь конкурентные преимущества на долгие десятилетия. Поэтому здесь крайне важно расширение санаторно-лечебного комплекса.

3. Для сглаживания контрастов в качестве и количестве *историко-культурных объектов необходимы усилия по их наращиванию*. Это возможно при создании архитектурных комплексов и туристской инфраструктуры с использованием новых стилистических решений, оригинальных проектов общественных и гостиничных зданий, как это происходит на других курортах мира – в Арабских Эмиратах, Майами, на Тайване и др. Такая архитектура обогащает историко-архитектурный потенциал территории.

Увеличение числа культурных объектов возможно посредством создания тематических парков или парков развлечений, которые несут в себе и образовательную функцию, а также через увеличение количества праздников, других интересных событий. Этот процесс уже идет, необходимо лишь его усиление.

4. Создать оптимальные условия для отдыха в пределах пляжной полосы. Пока в Б. Сочи еще есть возмож-

ности для перераспределения туристских потоков с пляжей со сверхпредельными рекреационными нагрузками на неиспользуемые пляжные территории. В Б. Ялте таких возможностей практически нет.

Представляется, что при разработке стратегии развития курорта Б. Сочи и при расчетах конкурентоспособности важно учитывать выявленные контрастные показатели. Например, расчет конкурентоспособности курортов без их учета показал, что разница между ними не столь велика (Б. Сочи – 0,657, Б. Ялта – 0,653). С учетом контрастных показателей интегральный показатель конкурентоспособности Б. Сочи оказался значительно выше, соответственно 0,66 и 0,491. Характеристика туристско-рекреационного хозяйства и потребительских услуг Б. Ялты и Б. Сочи показывает, что по ряду параметров Б. Сочи уступает Б. Ялте, в первую очередь из-за более высоких цен на авиаперелет, питание (табл. 6).

Стоимость отдыха на сравниваемых курортах также свидетельствует о том, что Б. Сочи развивается как более комфортный, но более дорогой курорт, Б. Ялта – как более дешевый и демократичный. Об этом можно судить и по характеру структуры рекреационного хозяйства: в Б. Ялте выше число баз отдыха, турбаз, лагерей, кемпингов, мотелей, т.е. более дешевых мест размещения, тогда как в Б. Сочи кемпингов и мотелей практически нет.

По всей вероятности, такая тенденция сохранится в ближайшие несколько лет, поскольку в Б. Сочи идут инвестиционные поступления на строительство дорогих гостиничных комплексов значительно выше по объемам, чем в Б. Ялту. Именно возмож-

ность более дешево отдохнуть переориентирует значительную часть туристского потока из России на другие черноморские курорты, в том числе в Б. Ялту. Для сохранения и роста конкурентоспособности Б. Сочи в будущем важно сохранить имеющуюся и, возможно, расширить сеть недорогих мест размещения, чтобы спектр услуг

на курорте удовлетворял туристов с разными доходами.

Подводя итог, следует сказать, что сравнительная детальная характеристика курортов дает возможность не только понять причины современного состояния туризма, но и, выявив контрастные показатели, способствует более корректной оценке перспектив его развития.

Таблица 6

**Характеристика туристско-рекреационного хозяйства и потребительских услуг
Б. Ялты и Б. Сочи, 2006 г.**

Параметры туристско-рекреационного хозяйства и потребительских услуг	Б. Ялта	Б. Сочи
Количество специализированных средств размещения	152	215
Всего в них мест, тыс.	39	70
Число гостиниц	11	255
Поток туристов, тыс. чел.	1275	2500
Средняя стоимость проживания в гостиницах, пансионатах и т.д., руб. чел./сут.	3000	600–2500
Средняя стоимость обеда на предприятиях питания на человека, руб.	200–300	200–1000
Средняя стоимость авиабилетов (в оба конца), руб.	7200	12 000

ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Александрова Т.Г., Демидова Г.Л. Курорт Сочи. Сочи, 2001. 56 с.
2. Бондаренко В.Н. Закономерности формирования и управления конкурентным статусом санаторно-курортной организации: дис. ... канд. экон. наук. Сочи, 2003.
3. Веденин Ю.А. Оценка природных условий для организации отдыха. М.: Меркурий, 1969. 198 с.
4. Ветитнев А.М., Цирюта Е.В. Маркетинг некоммерческих санаториев // Маркетинг в России и за рубежом. 2006. № 2 (52).
5. Курорты: энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1983. 592 с.
6. Геологический словарь. Т. 2. М., 1973. 102 с.
7. Говорков В.С. Лечение на курорте Сочи. Краснодар: Краснодарское книжное изд-во, 1984.
8. Ермаков Б.А. Сочи – курорт. Сочи: Наука, 1994.
9. Еремеев В.Н., Иванов В.А. Природные условия южного и западного побережья Крыма: экологические экспертизы рекреационных возможностей и реабилитация здоровья человека. Севастополь, 2005. 108 с.
10. Мухина Л.И. Принципы и методы технологической оценки природных комплексов. М.: Наука, 2001. 308 с.
11. Панкрусин А.В. Маркетинг территорий. М.: Финансы и статистика, 2001.
12. URL: <http://www.kurorttorg.ru/resort50.html?page=all> (весь список объектов размещения Сочи).
13. URL: <http://krym.ru/article/article17.html>
14. URL: <http://anne.ws.ru>

15. URL: <http://www.sochi.ru>
16. URL: <http://www.bigyalta.net>
17. URL: <http://www.yalta.com.ua>
18. URL: <http://www.sotur.ru>
19. URL: <http://businessrest.ru/cjntent/document>
20. URL: <http://old.sochiadm.ru/upload>
21. URL: <http://www.nr2.ru/moskoe/328974.html/print/>
22. URL: http://vz.ua/novosti/obshchestvo/skolko_stoit_otpusk_v_krymu

УДК 338.48:640.4

А.Б. ЗДОРОВ, С.А. ЗДОРОВ

РАЗВИТИЕ КОНТЕСТ-ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ СОЧИНСКОЙ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

Автор рассматривает феномен контест-туризма как разновидности событийного туризма и анализирует его возможности в развитии сочинской туристской дестинации.

Ключевые слова: событийный туризм, контест-туризм, совокупный спрос, туристская дестинация.

The author examines the phenomenon of the contest-tourism as a kind of event tourism and analyzes its potential in the development of the tourist destination of Sochi.

Keywords: event tourism, contest tourism, tourist destination.

Согласно Кейнсианской экономической школе, если реальный совокупный расход превышает запланированный (т.е. уровень выпуска больше уровня полной занятости ресурсов), то это означает, что фирмы не смогли продать столько, сколько планировали. Это влечет за собой уменьшение выпуска продукции, увеличение уровня циклической безработицы, а следовательно, в стране наблюдается рецессия [1, с. 353–358]. Подобная закономерность прослеживается и на микроэкономическом уровне – чрезмерное производство продукции или формирование услуг приводит к затовариванию в организации и, как следствие,

снижению прибыли либо наличию убытков и, в конечном счете, банкротству предприятия, т.е. локальному экономическому кризису.

По Кейнсу, проблему равновесия в макроэкономике следует решать с позиции «эффективного спроса», который выражает равновесие между потребителем и производством, доходом и занятостью. Другими словами, в складывающейся кризисной ситуации Дж. Кейнс рекомендует стимулировать государством совокупный спрос, что, по его мнению, позволяет преодолеть кризис [2, с. 28–29]. Иной точки зрения придерживался М. Фридман, который утверждал, что современные рыночные отношения – это устойчивая, саморегулирующаяся система, по-

этому рынок должен быть свободным, не регулируемым государством, вмешательство которого ограничивается только поддержанием стабильности денежно-кредитных отношений через регулирование денежной массы [3, с. 118–119].

С учетом специфики социально-экономического развития России целесообразно предложить макроэкономическую модель, которая генерирует положительный опыт стран, использовавших кейнсианскую и монетаристскую теории. Рассмотрим указанную консолидацию на примере туризма как одной из самых значительных отраслей экономики в мире, а для некоторых развивающихся стран – основной экономической отрасли (Кипр, Турция, Таиланд и др.).

Сегодня одной из важнейших задач для туристской отрасли России является развитие сочинской дестинации. Многомиллиардные инвестиции в этот регион привели к значительному преобладанию предложения над спросом, что в настоящее время характеризуется отсутствием приращения капитала. Исходя из этого, задачей современной экономики туризма является разработка мероприятий, направленных на увеличение показателя капиталоотдачи объектов туристского показа в Сочинской туристской дестинации.

Методика создания «совокупного спроса» в современном отображении претерпевает определенные изменения, связанные с появлением и развитием постиндустриального общества, а также увеличением удельного веса сферы услуг в структуре мировой экономики. Невмешательство государства предполагает мобилизацию частного предпринимательского капитала, динамика которого, согласно теорети-

ческим взглядам Й. Шумпетера, зависит от распространения нововведений в различных сферах хозяйственной жизни, в том числе туризме [4, с. 312]. «Невидимая рука рынка» А. Смита направит финансовые активы частных инвесторов в сочинскую туристскую дестинацию только при условии создания и внедрения инновации в туристскую отрасль России.

Событийный туризм как одно из инновационных направлений отрасли является сравнительно молодым и чрезвычайно интересным. Основная цель поездки событийных туров приурочена к какому-либо событию. Уникальные туры, сочетающие в себе традиционный отдых и участие в самых зрелищных мировых мероприятиях, постепенно завоевывают все большую популярность. Событийный туризм – это прежде всего непреходящая атмосфера праздника, индивидуальные условия отдыха и незабываемые впечатления. Целевой аудиторией событийного туризма выступают обеспеченные туристы с доходом выше среднего, а также компании, состоящие из нескольких пар. Участники событийных туров предъявляют повышенные требования к средствам размещения, особенно к их классическому типу – гостиницам, транспорту (удобство доставки к месту события), предприятиям общественного питания и к услугам гидов-переводчиков. Особенность событийного туризма состоит в том, что ежегодно он пополняется новыми событийными турами, которые из случайных переходят в разряд регулярных [6].

Олимпийским и Паралимпийским зимним играм, прошедшим в 2014 г. в Сочи, предшествовало значительное влияние частных и государственных

инвестиций. В январе 2014 г. председатель Правительства РФ Д. Медведев назвал цифру затрат, равной 6,4 млрд долл., отметив, что цифра в 50 млрд долл. включает не только и не столько строительство олимпийских объектов, сколько строительство инфраструктуры с нуля [6]. Развитие событийного туризма сопровождается рядом социально-экономических проблем: во-первых, «несистематическое» получение доходов – некоторые события происходят только один раз в год (или реже); во-вторых, событийный туризм требует определенных ресурсов (финансовых, временных, морально-этических и т.п.); в-третьих, потребитель «привязан» к конкретному месту и времени проведения мероприятия; в-четвертых, сокращение коэффициента фондоотдачи при эксплуатации значительной части созданной инфраструктуры после проведения мероприятия и др.

Помимо принятых решений по транспортировке некоторых строений олимпийской инфраструктуры и перепрофилирования ряда объектов, одним из решений указанных проблем способен стать контекст-туризм. Являясь разновидностью событийного туризма, контекст-туризм предполагает участие определенной сравнительно небольшой группы туристов в конкретном событии, которое, в свою очередь, является предметом возникновения конкурса, соревнования. Особенность такого туризма заключается в том, что он неэластичен к факторам времени и месту проведения мероприятия, однако организация и проведение контекст-туров имеют особый резонанс при использовании созданной инфраструктуры, необходимой для событийного туризма.

Слово «контекст» происходит от английского contest – конкурс, соперничество, соревнование, борьба, противоборство. Примерами контекст-туризма могут служить: турнир по мини-футболу, хоккею на любительском уровне, иные спортивные мероприятия, не имеющие массового характера, проводимые регулярно (как правило, не реже одного раза в месяц). Отличительная особенность контекст-туров – формирование группы участников состязаний, имеющих относительно общий уровень профессиональной подготовки в том или ином виде деятельности. К другим примерам контекст-туров следует отнести соревнования по кроссфиту, маунтинбайку и более доступные конкурсы, такие как перетягивание каната, бои на подушках, турнир по подкидному дураку, русским шашкам, исполнение популярных песен в караоке, инструментальное исполнение музыкальных композиций и др. Тематика конкурсов зависит от группы, времени года и ряда других факторов. Кроме того, большое значение приобретают организаторские способности организаторов контекст-туров (организаторов конкурсов), которые должны следить за мотивацией участников, безопасностью проведения соревнования, привлечением болельщиков, освещением результатов в СМИ и др.

Для сочинской туристской дестинации проведение и развитие контекст-туров способны увеличивать не только количество локальных потребителей туруслуг, но и турпоток из других регионов России и зарубежных стран, что позволит увеличить окупаемость инвестиций в олимпийские объекты, доходы бюджета, создаст дополнительные рабочие места, а главное – ис-

пользовать спортивно-туристскую инфраструктуру по профильному назначению.

Таким образом, сегодня констест-туризм способен стать катализатором совокупного спроса в сочинской туристской дестинации, что приведет к

достижению и приобретению определенных экономических и социальных благ и выгод для населения региона, позволит собственникам туристской инфраструктуры получать прибыль, а туристам – соревноваться на аренах мирового уровня.

ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Базилевич В.Д. Неортодоксальна теорія Й.А. Шумпетера // Історія економічних учень: У 2 ч. 3-е изд. К.: Знання, 2006. Т. 2. С. 312–324.

2. Козырев В.М. Основы современной экономики: учебник. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2009. С. 118–119.

3. Матвеева Т.Ю. Введение в макроэкономику. 5-е изд., испр. М.: ИД ГУ-ВШЭ, 2007. С. 28–29.

4. Begg D., Fisher S., Dornbusch R. Econom-

ics. 8. London: McGraw-Hill Company, 2005. 674 с.

5. Все о туризме. Туристическая библиотека // А.В. Бабкин. Специальные виды туризма [сайт]. URL: http://tourlib.net/books_tourism/babkin09.htm (дата обращения: 14.04.2014).

6. РБК daily. Ежедневная деловая газета // РБК daily. Медведев оценил затраты на развитие Сочи в 50 млрд долларов [сайт]. URL: <http://rbcdaily.ru/politics/562949990327942> (дата обращения: 14.04.2014).

УДК 338.48-2-056.26:316

Ю.А. КИРЕЕВА

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ БЕЗБАРЬЕРНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Анализируется состояние и проблемы развития безбарьерного туризма в России, поднимается вопрос о понятийном аппарате туризма для обслуживания туристов с ограниченными возможностями здоровья.

Ключевые слова: туризм, безбарьерный туризм, социальная защита инвалидов, доступность туристских объектов.

The paper analyzes the problems of the development of an accessible tourism in Russia and its technical terms.

Keywords: tourism, accessible tourism, social protection, accessibility of tourist sites.

Согласно данным барометра международного туризма – Всемирной туристской организации (ЮНВТО), в 2011 г.

число международных туристских прибытий возросло более чем на 4% и составило 981 млн. Доходы от международного туризма в 2012 г. в разных странах составили (в млрд долл.):

США – 93,9 (1 место в мире), Испания – 53,2 (2 место), Франция – 49,4 (3 место), Китай – 39,7 (4 место), Индия – 11,4 (16 место), Россия – 9,3 [4].

Сегодня туризм выполняет разнообразные функции, а именно: восстановительную, развивающую, развлекательную, экономическую, социальную. В настоящее время во всем мире туризм является общепризнанным средством познания окружающего мира, отдыха, оздоровления и спорта. Туризм имеет огромный потенциал положительного воздействия не только на человека, но и на общество в целом. Безусловно, стимулируя туристскую деятельность, можно в полной мере реализовать этот потенциал во благо человека.

По данным ООН, в мире около 650 млн инвалидов, из них около 200 млн детей с ограниченными возможностями, в странах Европы инвалиды составляют от 22 до 37% населения – всего 60 млн [5].

Инвалиды путешествуют менее активно, чем другие граждане Евросоюза: от 37% – в Великобритании, до 53% – в Германии. Между тем сегодня на долю путешествующих с ограниченными физическими возможностями приходится около 8% мировых турпотоков и 11% всех туристских поездок по Европе [4].

Необходимо отметить, что туризм для лиц с ограниченными физическими возможностями является сравнительно новым, но динамично развивающимся направлением во всем мире. В 1991 г. Генеральная ассамблея ЮНВТО приняла резолюцию под названием «Создание возможностей для туризма людям с ограниченными возможностями в девяностые годы», текст которой был в дальнейшем обновлен

в 2005 г. в Дакаре (Сенегал) и был назван «Туризм, доступный для всех» (Резолюция A/RES/492(XVI)/10) [5].

В Декларации по упрощению туристских путешествий, принятой на 18 сессии Генеральной ассамблеи в Астане, ЮНВТО призывает государства – членов организации сделать свои туристские объекты и учреждения доступными для людей с ограниченными физическими возможностями и публиковать четкую и подробную информацию о существующей службе приема для людей с ограниченными физическими возможностями и о проблемах, с которыми они могут столкнуться в ходе своего путешествия [5].

В России данный вид туризма находится на стадии развития, хотя началом формирования этого направления по праву можно считать 1950–1970-е гг. В этот период времени в СССР были построены первые санатории для пациентов с ограниченной возможностью передвижения. Такие санатории были на курортах Сергиевских Минеральных Вод и Сакском, а первыми организаторами поездок выступали Всесоюзная организация слепых (ВОС) и Всесоюзная организация глухих (ВОГ). Эти общества организовывали туристские походы выходного дня и лечебно-оздоровительные туры в санатории, приспособленные для безбарьерного перемещения пациентов. После распада СССР общества были переименованы в единое – Всероссийское общество инвалидов (ВОИ).

В современной России безбарьерный туризм начал возрождаться только к 2007–2009 гг. Социальная политика в России, ориентированная на инвалидов, взрослых и детей, строится сегодня на основе медицинской модели инвалидности. Исходя из этой модели,

инвалидность рассматривается как недуг, заболевание, патология. Такая модель ослабляет социальную позицию человека, имеющего инвалидность, снижает его социальную значимость, обособляет от «нормального» сообщества, усугубляет его неравный социальный статус, обрекает его на признание своего неравенства, неконкурентоспособности по сравнению с другими людьми. Медицинская модель определяет и методику работы с инвалидом, которая предполагает лечение, создание служб, помогающих человеку прежде всего выживать с учетом его недуга. Как следствие реализации такой модели, в некоторых городах РФ на улицах не видно инвалидов. И причина не в том, что их нет, а потому что улицы не приспособлены для передвижения на колясках, не говоря уже об отдыхе.

В Российской Федерации проживают 13,074 млн инвалидов и около 2 млн детей-инвалидов, около 3 млн больных сахарным диабетом, около 15 тыс. больных сейчас на гемодиализе [3]. Около половины инвалидов с ограниченными возможностями передвижения (на колясках) – молодые люди в возрасте до 40 лет. Они занимают активную жизненную позицию, осваивают новые профессии. Принесет свои плоды и инклюзивное образование. Спрос на рынке туризма, доступного для всех, будет расти уже в ближайшие годы.

В некоторых регионах РФ (Москва, Санкт-Петербург, Краснодарский край, Самарская область) безбарьерный туризм развивается более активно, чем в других. Причины этого – не только богатый ресурсный потенциал, удовлетворяющий основным потребностям туристов с ограниченными возможностями, но и внимание ре-

гиональных и муниципальных властей к данному вопросу.

Законодательством Российской Федерации, в том числе федеральными законами «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации», «О социальном обслуживании граждан пожилого возраста и инвалидов», «О связи», «О физической культуре и спорте в Российской Федерации», Градостроительным кодексом Российской Федерации и Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях, определены требования к органам власти и организациям, независимо от организационно-правовой формы, по созданию условий инвалидам и маломобильным группам граждан для беспрепятственного доступа к объектам инженерной, транспортной и социальной инфраструктур, информации, а также ответственность за уклонение от исполнения этих требований.

Значение терминов, определяющих, что такое туризм для людей с ограниченными возможностями, более 20 лет являются предметом научных дискуссий. За рубежом используют следующие термины: «туризм для всех», «доступный туризм», «инклюзивный туризм», «безбарьерный туризм».

В России используются такие термины, как «путешествия для инвалидов», «паратуризм», «инвалидный туризм», «туризм для инвалидов», «туризм глухих», «туризм слепых», «реабилитационный туризм», «коррекционно-образовательный туризм». Нередко сюда же относят и «социальный туризм» – путешествия, субсидируемые государством из средств, выделяемых на социальные нужды.

Трудно сказать, какой термин приживется в России. Доступным туризмом часто называют малобюджетные

туры, а инклюзивный туризм – турпродукт, в котором транспортное обслуживание оплачивается одновременно с питанием, размещением и другими туристскими услугами – «all-inclusive».

Потребителями этого сегмента туристского рынка являются не только инвалиды и пожилые люди, а также их опекуны и члены их семей, семьи с маленькими детьми.

Для лиц с ограниченными возможностями большое значение имеет доступность объектов материальной базы и инфраструктуры, спортивных и экскурсионных объектов, различных средств транспорта. Если человек с ограниченными возможностями по здоровью отправился в путешествие, он должен быть уверен, что не будет испытывать дискомфорт. У него должна быть стопроцентная уверенность в том, что в какие-то моменты ему будет оказана персональная помощь, т.е. помощь, которая потребуется именно ему. Характер помощи зависит от многих факторов, среди них: физическое состояние, потребности, привычки и т.д. Такая персональная помощь может быть предоставлена со стороны как членов группы, так и специально выделенного лица или волонтера.

Для обслуживания туристов с ограниченными возможностями требуется не только специальная подготовка персонала, а еще и архитектурные решения для обеспечения доступности инфраструктуры для лиц с ограниченными возможностями. Так, например, многие туристы из других стран хотят приехать в Россию, полюбоваться на Красную площадь в Москве, на развод мостов в Питере, посетить соборы и монастыри в городах Золотого кольца. Но отсутствие соответствующей информации о нашей стране и ее возмож-

ностях в области безбарьерного туризма отталкивает их.

Ниже приводится ряд рекомендаций, которые необходимо учесть при обслуживании лиц с ограниченными возможностями:

1. Наличие четко проработанной программы и маршрута для них.

2. Подбор квалифицированного персонала, который будет сопровождать особых туристов в путешествии.

3. Проживание туристов в таких гостиницах и отелях, в которых все предусмотрено для туристов с их недугами.

4. Если в группе туристы-колясочники, то весь транспорт на маршруте должен соответствовать требованиям подъема и спуска, а также транспортировки таких туристов.

5. Туристские объекты должны быть проверены заблаговременно на наличие всего необходимого для посещения туристами с ограниченными возможностями.

6. Менеджеры по туризму должны располагать информацией, необходимой для лиц с ограниченными возможностями. Например: туристу-инвалиду может потребоваться информация о том, где можно отремонтировать кресло-коляску или где взять кресло-коляску напрокат, где в туристском центре находится музей с экскурсиями для незрячих людей и т.д.

Таким образом, основными причинами, тормозящими развитие безбарьерного туризма в России, являются: отсутствие соответствующей информации о туристских объектах, их оснащенности для инвалидов; инфраструктура и материальная база страны не ориентирована на прием туристов с ограниченными возможностями; отсутствие информации об организациях медицинской помощи инвалидам в туристских центрах РФ.

ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (ред. от 23.07.2013).
2. Бавельский А.А., Зорина Г.И., Ручин А.А. Безбарьерный туризм в Москве. М.: Логос, 2011. 168 с.
3. Российский статистический ежегодник – 2009 г. Федеральная служба государственной статистики. Статистический сборник. М.: Росстат, 2009. 795 с.
4. URL: <http://www2.unwto.org>
5. Eurostat (2007 г.).

УДК 338.48-44(450)

Н.В. ЧАУРСКАЯ, Т.В. БАЛЕЗИНА

РОЛЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПЕРЕКРЕСТНОГО ГОДА ТУРИЗМА В ИТАЛИИ И РОССИИ

Авторы анализируют значение и перспективы развития туризма Италии и России в контексте объявленного перекрестного года туризма.

Ключевые слова: туризм, год туризма, перспективы развития туризма Италии и России.

The authors analyze the value and prospects of development of tourism in Italy and Russia in the context of the reciprocal program "Year of Tourism".

Keywords: tourism, year of tourism, the prospects for the development of tourism in Italy and Russia.

Сегодня Италия – одно из самых востребованных туристских направлений среди российских путешественников. И это неудивительно, поскольку данная страна представляет собой своеобразный музей под открытым небом. Здесь зарегистрировано 49 объектов, внесенных в перечень мирового культурного наследия ЮНЕСКО. Культурное и художественное достояние Италии имеет общепризнанное мировое значение. Наряду с традиционными видами культурно-познавательного туризма, россиянам предлагаются и инновационные программы оздорови-

тельного туризма, маршруты, связанные с виноделием и региональной кулинарией, и т.д.

Надо заметить, что российские туристы год от года все с большей симпатией относятся к Италии. Так, с 2008 по 2012 г. туристский поток в среднем возрастал на 25% ежегодно. Если в 2008 г. число гостей составило 438 тыс., то в 2011 г. – уже 793 тыс. человек. В 2012 г. был зарегистрирован миллионный показатель. Ежегодный рост вдвое превышает показатели Китая (13%) и Бразилии (12%). Таким образом, Россия стала первой страной в мире по темпам роста потока туристов в Италию. В абсолютных цифрах число

российских туристов в Италии пока не превышает число туристов, прибывающих из США или других стран Европы. Однако общая тенденция заключается в устойчивом значительном росте, которому в немалой степени способствует рост популярности этого продукта у россиян.

Россияне считаются «щедрыми» туристами: в 2012 г. вклад гостей из Российской Федерации в экономику Италии превысил 1 млрд евро (1 из 36 млрд евро, потраченных россиянами во всех остальных странах мира), а точнее, в 2008 г. – 567 млн евро, в 2012 г. – 1,2 млрд евро. Среднегодовой рост составил около 20%. Это лучший показатель в мире. Весьма показательной выглядит также сумма, которую тратит средний российский турист в Италии, хотя здесь и наблюдается снижение со 193 евро в 2011 г. до 150 евро в 2012 г.

Однако для истинных поклонников этой страны наступил переломный момент, когда довольно известные маршруты перестали отвечать их все возрастающему спросу. Для того чтобы российские туристы смогли по-новому посмотреть на знакомую страну, посольство Италии в Москве и ряд туристских организаций объявили 2013–2014 г. перекрестным годом туризма Италии и России. Программа года итальянского туризма в России предусматривает целый ряд интереснейших культурных мероприятий, таких как: концерты, кинофестивали, передвижные фотовыставки, которые планируется провести в различных регионах Российской Федерации. Национальное агентство по туризму Италии ЭНИТ проведет различные мероприятия и семинары в формате В2В. Для журналистов предусмотрены ознакомительные пресс-туры.

Несомненно, в программу входит и участие в главных отраслевых выставках, проводимых в стране, одна из которых состоится в Милане с 1 мая по 31 октября 2015 г. под названием EXPO – 2015 г., где соберутся представители туристского бизнеса со всего мира. Эта всемирная выставка станет также важным пунктом в программе пребывания туристов из России, которые интересуются всеми аспектами жизни Италии.

Специально к году туризма был открыт сайт на русском языке по адресу www.italiagodturisma.com. На сегодня это единственный русскоязычный ресурс такого рода, посвященный Италии. В рамках перекрестного года туризма итальянские регионы ставят задачу сделать русскоязычными свои туристские порталы, а также расширить сеть услуг для гостей из России, показав тем самым «неизвестную Италию», страну, в которой 80% достопримечательностей располагаются в стороне от всем известных туристских дестинаций.

В рамках года туризма предусмотрены некоторые упрощения процедуры выдачи въездных виз гражданам России. Речь идет об открытии на территории России новых центров по выдаче виз, сокращении срока выдачи визы до 48 часов, а также о выдаче многократных виз на срок от 1 до 5 лет лицам, часто путешествующим по Италии. Кроме того, планируется выдача бесплатных виз туроператорам и журналистам, которые освещают события в Италии, а также участникам мероприятий, включенных в программу года туризма. Помимо вышеперечисленных категорий граждан, предусмотренных Визовым кодексом и Соглашением об упрощении визового режима, бесплатные визы также будут вы-

даваться учащимся и преподавателям по программам обмена, участникам молодежных спортивных мероприятий, лицам до 12 лет, инвалидам и сопровождающим лицам.

Для России Италия стала второй после Китая страной в мире и первой

страной в Европе, с которой совместно проводится год туризма. Для Италии же эта инициатива – первый опыт проведения года итальянского туризма за рубежом, что лишний раз подтверждает значение российского рынка для итальянской туриндустрии.

ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. URL: <http://www.italiagodturisma.com> – русскоязычный сайт о туризме в Италии.

2. URL: <http://fijet-russia.ru/> – Перекрестный год туризма Италия–Россия 2013–2014.

В.М. КОЗЫРЕВ

**К ВОПРОСУ О НОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКЕ РОССИИ**

Будет работа великая,
Будет награда за труд.

Н.А. Некрасов

Мы счастья ждем,
А на порог валит беда.

Роберт Бернс

Наука сокращает нам опыты
быстротекущей жизни.

А.С. Пушкин

Наука необходима народу.
Страна, которая ее не развивает,
неизбежно превращается в колонию.

Ф. Жолио-Кюри

Жизнь ставит науке цели;
наука освещает путь жизни.

Н. Михайловский

Где господствует наука, там творится
великое и малыми средствами.

Н.И. Пирогов

Статья представляет собой попытку автора поставить ряд актуальных для новой долгосрочной государственной экономической политики в России вопросов и в тезисной форме ответить на них. В заключении делается вывод о перспективном развитии ряда направлений экономической политики государства.

Ключевые слова: государственная экономическая политика, экономическое развитие, экономические реформы, перспективы развития экономики России.

The article is an attempt to put a number of actual questions about the new long-term national economic strategy in Russia and to form answers according the main idea to make a conclusion of prospects of the development of this strategy.

Keywords: state economic strategy, economic development, economic reforms, prospect of development of Russia.

7 мая 2012 г. за номером 596 был издан Указ Президента Российской Федерации В.В. Путина «О долгосрочной государственной экономической политике». В связи с этим Указом возникает целый ряд вопросов:

Вопрос первый: Если речь идет о новой экономической политике, то, очевидно, надо отречься от прежней экономической политики?

Вопрос второй: Если отрекаемся от прежней экономической политики, то почему?

Вопрос третий: Какова была экономическая политика в 1992–2012 гг., т.е. два десятилетия, от которой надо отказаться?

Вопрос четвертый: Каковы результаты, итоги экономической политики 1992–2012 гг.?

Вопрос пятый: В чем суть предлагаемой в Указе новой экономической политики?

Вопрос шестой: Со времени опубликования Указа прошло 2 года – что сделано для реализации Указа?

Вопрос седьмой: Какова перспектива экономического развития России в ближайшие 3–5 лет?

Вопрос восьмой: Каковы те мероприятия и каковы экономические инструменты, чтобы превратить Россию в новую индустриальную державу?

Данная статья представляет собой попытку в краткой тезисной форме ответить на поставленные выше злободневные вопросы.

Указ Президента от 7 мая 2012 г. де факто признает, что Россия находится в состоянии системного экономического и социального кризиса, что за годы реформ страна отстала от ведущих стран мира в научном и технологическом отношении.

Россия – наследница СССР. За годы многих пятилеток СССР стал мощной научной и экономической державой мира. С 1 марта 1946 гг., т.е. сразу после разрушительной войны, правительство СССР резко повысило зарплату ученым и преподавателям вузов. Молодой кандидат наук получал зарплату директора крупного завода. Доктор наук получал 70% зарплаты союзного министра (500 и 700 руб.). После окончания войны наука получила мощный импульс развития, началось приобщение молодежи к научному труду. Мы первыми в мире ввели атомную электростанцию, первыми построили атомный ледоход и т.д. По темпам роста экономики СССР в 3 раза опережал США. Японский миллиардер Хероси Таравама в ответ нашим российским лакеям, которые восхищались японским экономическим чудом, заметил, что Япония практически полностью скопировала советскую плановую систему.

Наступила экономическая реформа (1991 г.). В ноябре 1990 г. была принята программа перехода к рынку за 500 дней. Приватизация привела к тому, что государственными ныне являются лишь 2,3% предприятий, муниципальными – 4,7%, 86% – частные предприятия. Экономический итог: в России 1% населения (олигархи) владеют 80% богатства, 99% населения имеет 20% богатства. Нынешнюю ситуацию в России можно сравнить с Индией 150-летней давности, когда махарадже принадлежало 90% богатств его княжеств [2]. Между тем в дореволюционной России на 1 января 1914 г. государству и местным властям принадлежало в промышленности 10,1%, на транспорте – 66,8%, в связи – 96,2%, в город-

ском хозяйстве – 81,9% суммарного народного богатства [1]. В современном Китае государственная собственность оказывает решающее влияние на развитие экономики страны. Невольно возникает вопрос: может ли российская государственность быть сильной и конкурентоспособной, если она перестает быть хозяйствующим субъектом? Известный русский публицист В.В. Розанов (1856–1919) мудро заметил: «В России вся собственность выросла из “выпросил” или “подарил”, или кого-нибудь “обобрал”. Трудовой собственности очень мало. И от этого она не крепка и не уважается» [7].

В России реально идет процесс приватизации природных, естественных ресурсов. Это ведет к передаче природной ренты олигархам. При этом государство само лишает себя могучего источника дохода. «Природная среда, природные ресурсы дарованы человеку Создателем, а поэтому они должны принадлежать всему человеческому сообществу. Частное присвоение того, что от Бога, является преступлением перед человечеством» [4]. Так думали пророк Мухаммад, Л.Н. Толстой и К. Маркс.

Между тем, приватизация продолжается и в наши дни. Заметим, что при анализе источников дохода государства следует четко различать доход от продажи имущества и доход от управления имуществом. В первом случае это разовый и невозобновляемый доход. При подобном подходе рано или поздно наступает критический рубеж, когда продавать будет нечего. Во втором случае это доход арендного типа, постоянный и возобновляемый доход, что в перспективе имеет особое значение. Итог приватизации: за 22 года исчезли 82 тыс. промышленных пред-

приятий. Производство продукции промышленности в 2000 г. составило 57% уровня 1990 г. [8].

Аграрные преобразования привели к тому, что колхозы и совхозы были разрушены, вместо них введены акционерные общества и фермерские хозяйства, остались подсобные хозяйства населения. Каков результат: 48 млн га посевных площадей выбыло из оборота, заросло бурьяном.

Эффективность производства в трех видах сельскохозяйственных организаций различна. Посевная площадь по всем категориям хозяйства в 2012 г. составила 76,3 млн гектаров. Сельскохозяйственные организации занимали 55,7 млн гектаров, или 73%, продукции произвели 46,7%; хозяйства населения использовали 3,5 млн гектаров, или 4,6%, однако продукции произвели 44,8%; крестьянские фермерские хозяйства использовали 17,1 млн гектаров, или 22,4%, однако продукции произвели всего 8,5%. Статистика свидетельствует, что самыми эффективными оказались хозяйства населения, менее эффективными являются сельскохозяйственные организации и самыми неэффективными оказались фермерские хозяйства. Эффективность производства в хозяйствах населения оказалась в 2,6 раза выше, чем в фермерских хозяйствах; в сельскохозяйственных организациях в 1,7 раза выше, чем в фермерских хозяйствах [9, с. 275, 283]. Таковы реальные факты, а факты, как говорят, – упрямая вещь. Совершенно очевидно, что и в статике, и в динамике фермерские хозяйства России не могут обеспечить население страны продукцией сельского хозяйства. Аграрная реформа длится уже два десятилетия, но фермерские хозяйства

не оправдали тех надежд, которые возлагали на них реформаторы, внедряя в России американский опыт.

Общие итоги развития сельского хозяйства в России в период после 1990 г. трудно назвать положительными. Валовой сбор зерна в 1992 г. составил 106,9 млн т; в 2012 г. – 70,9 млн т; урожайность зерновых и зернобобовых культур в 1992 г. составила 18 ц с гектара, через 20 лет, в 2012 г. – 18,3 ц с гектара [9, с. 284]. поголовье крупного рогатого скота в 1992 г. насчитывало 52,2 млн голов; в 2012 г. – 20,0 млн голов, сокращение в 2,6 раза; в том числе коров в 1992 г. – 20,2 млн голов, в 2012 г. – 8,9 млн голов, сокращение в 2,27 раза; сокращение свиней за этот период с 31,5 млн голов до 18,8 млн голов, т.е. в 1,7 раза; сокращение овец и коз с 51,4 млн голов до 24,2 млн голов, т.е. в 2,1 раза [9, с. 287]. Соответственно имеет место сокращение производства основных продуктов животноводства. Техническая оснащенность труда в аграрном секторе в критическом состоянии. В 1992 г. на 1000 га пашни приходилось 11 тракторов; в 2012 г. – лишь 4 трактора; соответственно в 1992 г. на 1 трактор приходилось 92 га, в 2012 г. – 258 га. В 1992 г. на 1000 га посевов приходилось 6 зерноуборочных комбайнов; в 2012 г. – всего 3 комбайна, на 1 комбайн в 2012 г. приходилось 369 гектаров [9, с. 279].

Либерализация цен, т.е. уход государства от контроля за ценами, привела к тому, что во все годы реформ цены росли. Если уровень цен 1990 г. принять за 100%, то сводный индекс цен в 1999 г. увеличился в 15 850 раз, в том числе на продукты питания – в 16 780 раз [11, с. 427]. Во все последующие годы цены продолжали расти во всех секторах экономики России. Так,

индекс потребительских цен в 2000 г. составил 120,2%, в отношении к предыдущему году, в 2005 г. – 110,9%, в 2008 г. – 113,3%, в 2010 г. – 108,8%, в 2012 г. – 106,6%, в 2013 г. – 106,8% [9, с. 496]. Доля импортных товаров на продовольственном рынке России составляет 48%, т.е. почти половину всего продовольственного фонда потребления.

Нерегулируемый российский рынок, базирующийся на частной форме собственности, является основной причиной циклического характера динамики общественного производства. Дж.Ю. Стиглиц (1943 г. р.), лауреат Нобелевской премии по экономике 2001 г. за исследования в области теории рынка, выделяет три особенности современного рынка в капиталистических странах:

1) рынки не работают так, как должно, т.е. не обеспечивают эффективное и стабильное развитие;

2) политическая система не корректирует сбой в функционировании рынка;

3) экономическая и политическая система в корне не способна обеспечить всем равные возможности [13, с. XI].

Дж.Ю. Стиглиц глубоко прав. Специфические особенности российского рынка привели к тому, что последний мировой экономический кризис 2008–2010 гг. в России оказался самым глубоким из всех двадцати развитых капиталистических стран: падение ВВП за 2009 г. в мире составило 2,3%, в США – 2,5%, в Японии – 5,4%, в Германии – 5%, в Великобритании – 4,9%, в России – 7,9%; в Китае прирост ВВП составил 8,7% во Вьетнаме – прирост 5,3% [6, с. 18].

Положение в науке: финансирование науки сократилось в 20 раз, заработная

плата сократилась в 15 раз, многие ученые, чтобы выжить, покинули Родину, идет отток ученых и в самой России в другие отрасли – в чиновничью сферу, в финансы, в торговлю. Наука и высшая школа понесли невосполнимую утрату. В аспирантуру сегодня идут, чтобы избежать призыва в армию или для того, чтобы потом идти в бизнес, но не в науку.

Общий итог: экономический потенциал России, как научно доказал главный редактор журнала «Экономист» С.С. Губанов, не достиг и половины объема 1991 г. [3, с. 137]. Таков краткий ответ на вопросы 1–4-й. Россия отброшена на 23 года!

Что предлагает Президент в своем Указе от 7 мая 2012 г.?

Чтобы выйти из системного кризиса, Указ предусматривает достижение двух важнейших индикаторов нового индустриального развития России. Первое: увеличение объема инвестиций до 25% ВВП к 2015 г. и до 27% к 2018 г.; второе: создание и модернизация 25 млн высокопроизводительных рабочих мест. Инвестиции в основные фонды в 2012 г. составили 62% уровня 1989 г. [9, с. 192]. Между тем государственные расходы на инвестиции по развитым странам сегодня составляют 32,8–54,3% ВВП [5, с. 11]. Для России проблема инвестиций в основные фонды более чем актуальна: коэффициент обновления фондов в 2012 г. составил 3,9%, т.е. основные фонды при таких темпах будут обновлены за 26 лет; коэффициент выбытия старых фондов в 2012 г. составил 0,7%, это означает, что полностью основные фонды страны будут заменены за 143 года. В СССР коэффициент обновления был 10%, т.е. обновление основных фондов составляло 10 лет. И эти годы

назвали годами застоя! Какое научное лицемерие!

С момента издания данного Указа прошло 2 года. За этот период можно было начать поворот к новой инновационной индустриализации, включая механизм государственного регулирования в ценообразовании, в денежно-кредитной и бюджетной политике. Однако в 2012–2013 гг. дело ограничилось декларациями о намерениях в новой экономической политике, выводами об истощенности экспортно-сырьевой модели развития экономики России. Между тем, экономика России продолжала стагнировать, а по некоторым сферам впала в стагфляцию, в застой. Экономические показатели 2013 г. характеризуются следующими данными по отношению к уровню 2012 г.:

- ВВП – 101,3%;
- индекс промышленного производства – 100,3%;
- продукция сельского хозяйства – 106,2%;
- оборот розничной торговли – 103,9%;
- внешнеторговый оборот – 100,2%, в том числе экспорт – 98,8%, импорт – 102,3%;
- инвестиции в основной капитал – 99,6%;
- индекс потребительских цен – 106,8%;
- среднемесячная номинальная зарплата – 112,3% [12, с. 96].

Как видим, в 2013 г. инвестиции даже сократились, что свидетельствует о невыполнении требования Указа Президента.

Число бедняков в 2013 г. увеличилось с 15,6 до 16 млн человек, т.е. с 10,9 до 11,1%, при прожиточном минимуме по стране в 7326 рублей на душу [10, с. 3].

Перспективы развития экономики России на ближайшие годы весьма скромны: 0,5–1% прироста ВВП в год.

Основной вопрос, который поставлен самой историей перед современной Россией, – экономическая политика перехода к эффективной инновационной экономике. Совершенно очевидно, что новая экономическая политика России должна включать следующие направления:

- Существенное усиление роли государства как основного института в экономике, социальной сфере и политике. При этом должна быть усилена роль государства и как собственника, и как регулятора экономических процессов. От процессов приватизации необходимо переходить к национализации в ряде ведущих сфер экономики (прежде всего в сфере природных ресурсов, науке и образовании).

- Направленность преобразований на удовлетворение интересов трудового народа, а не узкой группы олигархов. Стране нужно повышение уровня жизни народа, и тогда миллионы людей примут активное участие в созидательных процессах.

- Планово-регулируемая экономика. Только в этом положении можно уменьшить негативное влияние кризисов, безработицы и инфляции. Эффект передачи частному сектору факторов производства не оправдал себя: экономика приватизаторов не стала эффективной, ибо на первом плане у них узкокорыстные интересы. Регулируемой рыночную систему может создать только государство.

- Вся банковская система должна принадлежать государству и государством же должна управляться. Опыт показал, что частные коммерческие банки стали основой криминала, кор-

рупции, ухода от налогообложения, агентами олигархов, инструментом перекачки отечественного капитала в офшоры и за рубеж.

- Неоиндустриальная модернизация экономической политики государства. Рынку и частному бизнесу эти цели чужды, ибо перед ним всегда маячит призрак высокой прибыли. Идеи институционалистов в этом плане ближе к истине в сравнении с идеями либералов-рыночников. Дж.К. Гелбрейт убедительно доказал это в работе «Новое индустриальное общество».

- Существенное увеличение финансирования социальной сферы, ибо человек живет не для того только, чтобы работать, – он трудится для того, чтобы жить, чтобы улучшать эту жизнь. При этом необходимо помнить, что социальная сфера обеспечивает умственный, духовный и физиологический прогресс.

- В социальной политике России особого внимания требуют области, основное население которых – русские, ибо в современных условиях русское население вымирает, а не русское увеличивает свою численность из года в год. К середине XXI в. русских в России может быть менее половины населения страны.

- Переход на прогрессивную школу взимания налогов, что позволило бы увеличить бюджет государства и решить проблему социальной справедливости. Что касается боязни ухода от уплаты налогов, то это вопрос силы или бессилия (слабости) государственной власти.

- В сфере туризма источником инвестиций и тем самым фактором инновационного развития должна стать туристская рента. Эта идея заложена в моей работе «Туристская рен-

та», изданной в 2012 г. (М., изд-во «Логос»).

В использовании зарубежного опыта экономических реформ большее внимание следует уделять не европейским странам и США, а опыту азиатских стран и, прежде всего, опыту Китая, ибо центр мирового экономиче-

ского, социального и научного прогресса в XXI в. перемещается на азиатский континент. О многом свидетельствует тот факт, что все азиатские страны (кроме Японии) не были вовлечены в орбиту кризиса 2008–2010 гг. Темпы их развития самые высокие в современном мире.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вайнштейн А.Л. Народное богатство и народнохозяйственное накопление предреволюционной России. М.: Госстатиздат, 1960. С. 403.
2. Гонтмахер Е. Дефицит справедливости // Прямые инвестиции. 2013. № 9. С. 36, 37.
3. Губанов С.С. Державный прорыв. Неиндустриализация России и вертикальная интеграция. М.: Книжный мир, 2012.
4. Львов Д. Экономика и жизненный мир человека // Российская газета. 2006. 19 мая. С. 21.
5. Мировая экономика в XX веке: потрясающие достижения и серьезные проблемы. Глава V доклада «Обзор мировой экономики». Перевод Б. Болотина // Мировая экономика и международные отношения. 2001. № 1.
6. Райская Н. и др. Экономика в 2009–2011 гг. // Экономист. 2010. № 8.
7. Розанов В.В. Сочинения: в 2 т. М.: Правда, 1990. Т. 2. С. 216.
8. Российский статистический ежегодник. М.: Госкомстат, 2001. С. 641.
9. Россия в цифрах. М.: Росстат, 2013.
10. Росстат сообщает // Российская газета, приложение «Неделя». 2014. 10 апреля. С. 3.
11. Социальное положение и уровень жизни населения России: Стат. сб. / Госкомстат России. М., 2001.
12. Статистическое приложение. Экономист. 2013. № 2.
13. Sniglit J.E. The Price of Inequality. N.Y., L.W. Norton & Company, 2012.

УДК 338.48:330.41

А.В. КВАРТАЛЬНОВ

ПРОБЛЕМЫ ДИАГНОСТИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Рассмотрены научно-методические основы диагностирования инновационного потенциала туристской организации, анализируются разные направления диагностических исследований и используемые при этом методы исследования.

Ключевые слова: туристская организация, инновационный потенциал, диагностический подход, методы диагностики, диагностика деятельности туристской организации.

The article describes the scientific and methodological principles of assessment of innovative potential of a tourist organization.

Keywords: tourist organization, innovative potential, approaches of assessment, diagnostic methods.

Выбор конкретного типа и вида диагностирования инновационного потенциала связан с решаемыми в туристской организации проблемами. Согласно [9, с. 103–104], различают три типа проблем организации: сущностные, социокультурные, ситуационные. Сущностные проблемы в принципе являются неразрешимыми, усилия менеджеров направляются на снижение их масштабности. К таким проблемам относится противоречие между стабильностью и развитием организации. Успешное выполнение текущих задач, традиции консерватизма требуют стабильности организации, тогда как внешние условия диктуют изменения в целях, структуре управления, методах работы на рынке. Количество социокультурных проблем зависит от уровня развития культуры организации, с течением времени они могут быть решены путем обучения персонала и преобразования культуры. Ситу-

ационные проблемы возникают вследствие ошибочных решений менеджеров, стечения обстоятельств. Они разрешимы, хотя в ряде случаев отличаются сложностью. Обычно в организации присутствует «клубок» проблем. Поэтому представляется уместным иное распределение проблем – на регулярные, возможные, базовые.

Регулярные проблемы возникают систематически в инновационной деятельности туристской организации. Для их распознавания целесообразно развивать диагностирование как элемент регулярного инновационного менеджмента. Возможные проблемы для своего решения требуют упреждающих действий менеджеров и соответствующего данной организации превентивного диагностирования. Базовые проблемы, накопившиеся к данному моменту времени, уже вызвали нежелательные последствия, сбой инновационного процесса. В этом случае диагностирование направлено на исследование антиинновационного со-

стояния организации. Таким образом, в зависимости от круга решаемых проблем следует выделить три направления и три типа диагностирования.

При рассмотрении диагностирования в качестве элемента регулярного менеджмента, сопоставив изучаемую характеристику с базовым состоянием, управленец может осуществлять необходимые изменения инновационного потенциала, но может и не вмешиваться в инновационный процесс. Считая диагностирование элементом превентивного упреждения сбоев в инновационном процессе, диагностирование позволяет определить принадлежность инновационного потенциала к конкретному классу или группе. Соответствующая информация позволяет скорректировать инновационный потенциал, заранее ориентируя его на более точное выполнение поставленной задачи. Диагностирование антиинновационного состояния объекта дает возможность составить исчерпывающее представление о параметрах несогласований инновационного потенциала. Диагностирование в этом случае позволяет оценить объект как уни-

кальное сочетание признаков и соответствующих проблем. Задача менеджеров – разобраться в проблемах, выявить симптомы их возникновения и реализовать соответствующее решение.

В исследовании [11, с. 321–322] выделены два подхода к оценке инновационного потенциала организации – диагностический и детальный. Различие проводится по кругу анализируемых показателей и в основном на стадии обоснования инновационного проекта. На наш взгляд, в туристских организациях, при определенном сочетании внутренних и внешних факторов, формирование новых направлений деятельности, новых рынков может выполняться по ограниченному кругу показателей. С другой стороны, туристская деятельность настолько разнообразна, что в ряде случаев ограничение круга изучения не ведет к формулированию представительных выводов. Представляется необходимым выделение видов диагностирования в зависимости от круга изучаемых показателей, приоритетности используемых принципов диагностирования (см. таблицу).

Возможные виды диагностирования туристской организации

Круг показателей	Реализация комплекса принципов диагностирования	Реализация совокупности принципов диагностирования с превалированием		
		системного подхода	комплексного подхода	технологического подхода
Ограниченный	Общая экспресс-диагностика	Системная экспресс-диагностика	Комплексная экспресс-диагностика	Технологическая экспресс-диагностика
Полный	Общая диагностика	Системная диагностика	Комплексная диагностика	Технологическая диагностика

Экономический анализ деятельности туристской организации проводит-

ся по обширному кругу показателей [10]. Однако полное диагностирование

не дублирует аналитические работы. Экономический анализ базируется на уровнях показателей хозяйственной деятельности, сложившихся на изучаемый момент. Подчеркнем констатирующую направленность экономического анализа. При диагностировании показатели хозяйственной деятельности используются для того, чтобы оценить инновационный потенциал в связи с поставленными целями. Анализ текущей деятельности увязывается с получением будущей прибыли организации от внедрения новшества. В какой-то части диагностирование стыкуется с работами, выполняемыми в рамках финансового менеджмента, поскольку также исследуются доступность финансовых ресурсов, возможные источники средств. Однако диагностирование охватывает не только финансовые показатели. Работы по диагностированию отличны и от конкурентного анализа, поскольку они более сконцентрированы на анализе прибыли, более обширные и, что самое главное, в меньшей степени обращены за пределы организации.

Полное диагностирование служит получению более обширной информации, но связано с большими затратами на его проведение. В условиях несформированной системы показателей диагностирования туристской организации видится проблематичность его осуществления. Экспресс-диагностирование инновационного потенциала в этом плане дает более надежный материал, создающий базу для развертывания дальнейших работ по детальному анализу инновационного потенциала туристской организации.

Инновационный потенциал туристской организации можно представить в трех измерениях. Первое измерение

содержит перечень ресурсов, второе – перечень способностей реализовать каждый вид ресурсов, третий – перечень сфер деятельности туристской организации.

Конкретное содержание составляющих модели меняется при изменении внешней среды организации, направлений анализа и других факторов. Обычно в перечень ресурсов входят те, которые обеспечивают достижение конкурентных преимуществ организации. Повышение эффективности деятельности организации основывается на улучшении использования ее материальных активов. Инвентаризация материальных активов и принятие решений по рационализации их структуры являются важнейшими мероприятиями при создании инновационной стратегии. Нематериальные активы (или качественные особенности организации) играют в туристской организации значительную роль. К ним относят: торговую марку, имидж организации, качества человеческого ресурса (в частности, квалификацию, опыт, компетенцию персонала).

Предельные возможности организации расширяют ее способности: обеспечивать внутреннюю гибкость фирмы; обеспечивать производство туристского продукта в объеме, который соответствует потенциальному спросу, а также уровень конкурентоспособности продукта; эффективно использовать финансовые возможности организации; изменять ранее принятые решения, принимая во внимание динамику целей туристской организации.

В отношении выделения сфер деятельности туристской организации преждевременно рекомендовать один какой-либо подход. В зарубежных исследованиях применяются «цепочка

ценностей» М. Портера, система «Маккинси», подход Р. Омаэ [4, с. 225].

В «цепочке ценностей» М. Портера деятельность организации делится на основную (включая производство, маркетинг и сбыт) и вспомогательную (развитие технологий, управление персоналом, управленческая инфраструктура). Увязка между собой отдельных видов деятельности является фактором повышения конкурентоспособности организации. Однако в туризме разграничение деятельности на основную и вспомогательную не представляется перспективным. В системе «Маккинси» специально не выделяются финансовые и трудовые ресурсы, организация управления. Подход Р. Омаэ исходит из необходимости увеличения рентабельности организации. Общая цель делится на две подцели: увеличение прибыли на рыночном сегменте от производства конкретного товара и снижение соответствующих затрат. Далее конкретизация подцелей выполняется до тех пор, пока не будет представлена вся изучаемая система. По сравнению с предыдущими подходами подход Р. Омаэ более ориентирован на финансовую сторону деятельности. Но его использование в туризме не охватывает социальные аспекты деятельности.

В отечественной практике рекомендовано сферы деятельности представлять следующими блоками: продуктовый блок в виде направлений деятельности фирмы и их результатов; функциональный блок как оператор преобразования ресурсов; ресурсный блок в виде комплекса материально-технических, трудовых, информационных и финансовых ресурсов; организационный блок, включающий организационную структуру и культу-

ру, технологию процессов по функциям; блок управления, охватывающий систему и стиль управления, руководство организацией [11, с. 318]. Такой подход может служить отправной точкой для установления структуры сфер деятельности при диагностировании туристских организаций. По мере накопления опыта диагностирования туристских организаций можно будет перейти и к более узким подходам. В этой связи схема «7-с», предложенная консультационной фирмой «Маккинси», может считаться приемлемой для структурирования инновационного потенциала туристской организации.

Диагностирование считается эффективным в случае, если оно отвечает требованиям, вытекающим из рассматриваемой ситуации и инновационных целей. Соответствующие решения должны обеспечивать достижение поставленной цели с минимальными затратами (экономичность решения). Диагностирование должно способствовать своевременному достижению инновационных целей, а также быть обоснованным и реальным.

Необходимым аспектом рассмотрения диагностирования является характеристика его как процесса распознавания состояния инновационного потенциала с помощью комплекса исследовательских процедур. Диагностирование одновременно выступает исследовательским, поисковым, познавательным процессом [1, с. 16–26]. Посредством реализации комплекса процедур устанавливается состояние объекта. В итоге формулируется управленческое решение, направленное на регулирование работы элементов объекта за счет устранения влияния вредных и усиления прогрессивных воздействий.

В зависимости от этапов исследовательской работы в науке традиционно применяется три класса методов: сбор информации, ее систематизация, анализ. Представляется уместным также классифицировать методы в зависимости от характера изучаемых признаков (получение количественной и описательной информации). Методы работы с количественной информацией более очевидны и традиционны в отличие от методов сбора и анализа описательной информации. Основными методами получения описательной информации являются беседы с руководителями и менеджерами организации, экспертами, письменные или устные опросы персонала, а также различные методы групповой работы.

Информация, получаемая при опросах персонала, формируется под сильным воздействием внутриорганизационной среды [3, с. 34; 6, с. 18; 9, с. 104]. Исследователь должен быть готов к стереотипности суждений, субъективизму, недостаточному развитию саморефлексии отвечающих.

Методы формализованного представления инновационного потенциала опираются на схемы, допустимость применения которых в исследовании социально-экономических систем остается недоказанной. В этой связи безусловную ценность представляет применение методов, основанных на использовании интуиции и знаний специалистов. Различные экспертизы, «мозговые атаки», «сценарии» позволяют не только нивелировать недостатки формализованных моделей, но и в ряде случаев получить уникальную информацию. Положительной тенденцией следует считать разработку и комплексирование методов диагностирования, в частности развитие методов

портфельного, ситуационного анализа [2, с. 63–70; 5, с. 62; 7, с. 116–137; 8, с. 30; 12, с. 30].

Особенностью методов диагностирования является тот факт, что большинство из них являются косвенными измерителями. Обычно характеристики, интересующие исследователя, недоступны для непосредственного наблюдения и измерения. Приходится измерять не параметры элементов инновационного потенциала, а параметры процессов, которые порождены элементами инновационного потенциала и оказались доступными для измерения. Поэтому следует различать три ориентации диагностирования: во-первых, исследование реальных инновационных потенциалов туристских организаций; во-вторых, построение и исследование моделей инновационных потенциалов туристских организаций; в-третьих, исследование диагностических систем и их связей с инновационным потенциалом. При изменении предмета исследования меняется комплекс используемых методов.

При первой ориентации диагностирования используются методы исследования условий функционирования и состояния инновационного потенциала туристской организации, исследования возможных состояний потенциала и его элементов; анализа признаков, характеризующих состояние инновационного потенциала. Применяются методы сбора и обработки информации, позволяющие определить распределение вероятностей возможных состояний инновационного потенциала. Вторая ориентация диагностирования связана с моделированием инновационного потенциала, с разработкой правил построения соответствующих моделей. Выделенные ориента-

ции диагностирования инновационного потенциала тесно связаны. С одной стороны, эмпирический материал, полученный при анализе конкретных инновационных потенциалов, необходим для построения моделей и для оценки соответствия этих моделей тому или иному классу потенциалов. С другой стороны, решение теоретических задач, сформулированных применительно к построению моделей инновационных потенциалов, расширяет границы эмпирических исследований.

Третья ориентация диагностирования опирается на методы анализа диагностических систем, обоснования принципов их построения и оценки оптимальности. Ориентация осуществима по мере накопления опыта диагностирования.

Существенным моментом подготовки диагностирования является выбор информативных признаков для описания инновационного потенциала. Во многих случаях это связано с трудностью получения информации или стоимостью диагностирования, временем на поиск, систематизацию и анализ информации. Кроме того, параметры элементов инновационного потенциала неравноценны по информационной отдаче. Одни представляют сведения о многих свойствах элементов потенци-

ала, другие – меньше или иного качества. Предпочтение следует отдавать параметрам, имеющим динамический характер, а не тем, которые стабильны или медленно меняются.

При организации диагностирования инновационного потенциала устанавливаются временные и финансовые параметры его проведения, выбираются исполнители. В качестве таковых могут выступать лица, привлеченные со стороны, – консультанты, а также персонал фирмы. Привлечение консультантов дает туристской организации более широкое видение инновационного потенциала, однако при этом обостряется проблема сохранения конфиденциальности информации. Использование персонала туристской организации для выполнения диагностирования видится в этой связи альтернативным вариантом. Осуществление перманентного процесса диагностирования требует в туристской организации постоянного контингента специалистов, в том числе для ведения каталогов изменений. «Рабочим» вариантом кадрового обеспечения диагностирования следует принять сочетание усилий консультантов (на временной основе) и постоянного персонала для текущего диагностирования туристской организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гительман Л.Д. Преобразующий менеджмент: Лидерам реорганизации и консультантам по управлению. М.: Дело, 1999. 176 с.
2. Глушенко В.В., Глушенко И.И. Исследование систем управления. г. Железнодорожный Моск. обл., ООО НПЦ «Крылья», 2000. 416 с.
3. Голубков Е.П., Голубкова Е.Н., Секедин В.Д. Маркетинг: выбор лучшего решения. М.: Экономика, 1990. 234 с.
4. Гончаров В.В. В поисках совершенства управления. Руководство для высшего управ-
5. ленческого персонала: в 2 т. М.: МНИИПУ, 1996. Т. 2. 438 с.
6. Игнатьева А.В., Максимцов М.М. Исследование систем управления. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. 157 с.
7. Красовский Ю.Д. Управление поведением в фирме: эффекты и парадоксы. М.: ИНФРА-М, 1997. 368 с.
8. Моисеева Н.К. Стратегия управления туристской фирмой. М.: Финансы и статистика, 2000. 201 с.

8. Острейковский В.А. Теория систем. М.: Высшая школа, 1997. 240 с.

9. Пригожий А.И. Нововведения: стимулы и препятствия. Социальные проблемы инноватики. М.: Политиздат, 1989. 188 с.

10. Соболева Е.А., Соболев И.И. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы. М.: Финансы и статистика, 2001. 122 с.

11. Управление организацией / под ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина. М.: ИНФРА-М, 2000. 668 с.

12. Ушамирский Э.Я., Шиповская Т.А. Товарный портфель предприятия: проблемы оценки эффективности // Стратегия и тактика управления предприятием в переходной экономике. Волгоград: РПК Политехник, 2000. С. 29–37.

УДК 339.13:338.43

Е.М. ЕРАНЦЕВА

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ КАК УСЛОВИЕ ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Автор анализирует конкурентоспособность туристского продукта и приходит к выводу, что наиболее распространенной стратегией достижения конкурентоспособности на российском туристском рынке служит стратегия дифференциации туристского продукта.

Ключевые слова: туристский продукт, конкурентоспособность турпродукта, стратегия дифференциации.

The author analyzes the competitiveness of the tourism product, and comes to the conclusion that the most common strategy to achieve competitiveness in the Russian tourist market is a strategy of differentiation of the tourist product.

Keywords: tourism product, the competitiveness of tourism products, the strategy of differentiation.

Переход России к рыночной экономике в начале 1990-х гг. вызвал исчезновение государственной монополии на туризм – начал развиваться свободный конкурентный рынок туристских услуг. Бурное создание новых туристских фирм привело к жесткой конкуренции на рынке.

Туризм в начале XXI в. стал одним из ведущих направлений социально-экономической деятельности большинства государств, а туристская индустрия – неотъемлемым элементом

потребительских моделей и социального поведения значительной части населения. В то же время Российская Федерация, несмотря на свой высокий туристский потенциал, по объемам доходов от туризма занимает еще незначительное место на мировом рынке.

Трудности, возникающие перед компаниями в связи с развитием рыночных условий хозяйствования независимо от сферы деятельности, во многом связаны с тем, что менеджмент компаний не знает законов рынка и механизмов его действия. Ситуация ставит перед менеджментом новые задачи: рациональ-

но планировать свою деятельность, поднять качество и конкурентоспособность услуг и фирмы, обеспечить эффективный сбыт услуг. В современных условиях каждому предприятию особенно важно правильно оценить создавшуюся рыночную обстановку с тем, чтобы предложить эффективные средства конкуренции, которые, с одной стороны, отвечали бы сложившейся в России рыночной ситуации и тенденциям ее развития, а с другой – особенностям конкретного производства.

Анализ конкурентоспособности туристского продукта показал, что выпуск конкурентоспособной продукции и ее реализация завершают огромное количество производственных процессов фирмы, что позволяет ей выполнять обязательства перед государственным бюджетом, банком по ссудам, рабочими и служащими, поставщиками и возмещать производственные затраты. Достижение конкурентоспособности своей продукции и увеличение объема ее реализации – важная задача для каждой фирмы.

Фирмы производят продукцию, соответствующую запросам потребителя в нужном количестве, ассортименте и качестве. Фирмам необходимо знать области сбыта, потребности, спрос и цены на данную продукцию; проводить исследование емкости рынка, определять доли предприятия в общем объеме продажи продукции данного ассортимента, проводить анализ рыночной ситуации и каналов сбыта, динамики объема продаж, изучать мнение покупателей и потребительские предпочтения.

Установлено, что конкурентоспособность услуги – это отношение полной потребительской ценности к полным потребительским издержкам.

Наиболее распространенной стратегией обеспечения конкурентоспособности туристской услуги является ее дифференциация. При данной стратегии фирма старается придать товару какие-то отличительные, необычные черты, которые могут нравиться покупателю и за которые покупатель готов платить. Стратегия дифференциации направлена на то, чтобы сделать товар не таким, каким его делают конкуренты. Для того чтобы добиться этого, фирме приходится выходить за пределы функциональных свойств товара, услуги.

На российском рынке развиты все виды конкурентности рынка: чистая конкуренция (при которой на рынке функционирует настолько большое количество фирм, что каждая из них в отдельности никак не может воздействовать на цену товара), чистая монополия (являющаяся полной противоположностью чистой конкуренции), олигополия (это синоним конкуренции между немногими). На рынке существует небольшое количество фирм (от трех до десяти), которые удовлетворяют значительную долю спроса, но основным видом для сферы туризма является монополистическая конкуренция (при которой множество производителей конкурируют между собой, но каждая из них обладает монополией над своим вариантом товара).

На рынке туристских услуг нет товара, полностью схожего по комплектующим. Каждая фирма, конкурирующая на рынке, прилагает все усилия на создание качественного и отличающегося от других туристского продукта. Рынок монополистической конкуренции отличается от рынков других типов рядом специфических факторов: внесение на рынок элемента дифферен-

циации продукции приводит к тому, что у покупателей появляется предпочтение к той или иной фирме; каждая фирма предлагает лишь небольшую долю объема туристской продукции, так как монополистическая конкуренция характеризуется наличием большого количества фирм; между фирмами, функционирующими на рынке монополистической конкуренции, возникает жесткая неценовая конкуренция.

Данные виды конкуренции определяются теми границами, в рамках которых отдельные фирмы способны оказывать влияние на условия реализации своей продукции. Более конкурентным считается тот рынок, на котором меньше влияния отдельных фирм.

Проведенные исследования теории качества туристского продукта показали, что качество – многосложное понятие, и его обеспечение требует объединения научных сил – от творческого потенциала до практического опыта многих специалистов. В сегодняшней ситуации в России проблема качества должна быть решена совместными усилиями государства, федеральных органов управления, руководителей коллективов предприятий, ученых, конструкторов, каждого рабочего.

Применительно к сфере туризма правомерна следующая формулировка: качество туристского обслуживания – это совокупность свойств туристских услуг, процессов и условий обслуживания по удовлетворению обусловленных или предполагаемых по-

требностей туристов во время отдыха, путешествий и других составляющих туристского потребления.

Туристские услуги характеризуются показателями качества, под которыми следует понимать взаимосвязанную совокупность показателей услуги, определяющих ее назначение, эстетичность, комфортность, технологичность, надежность, эксклюзивность, безопасность, экологичность и т.д.

Обеспечение качества продукта представляет собой совокупность планируемых и систематически проводимых мероприятий, создающих необходимые условия для выполнения каждого этапа жизненного цикла продукции таким образом, чтобы продукт удовлетворял требованиям рыночного сегмента по качеству.

Маркетинговая служба должна обеспечивать фирму регламентирующими материалами, например кратким описанием продукции. Такое описание содержит требования и пожелания потребителя в виде предварительного перечня характеристик и условий, которые послужат основой для последующей разработки продукта. Перед составлением какой-либо конкретной программы обслуживания необходимо провести маркетинг, проанализировать рынок услуг, изучить конкурентов и потенциальных потребителей.

Рынок туристских услуг существенно наберет обороты в продажах в том случае, если каждый производитель будет подходить к своему продукту с точки зрения дифференциации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Горбылева З.М. *Экономика предприятий туризма: учеб. пособие*. Мн.: БГЭУ, 2011. 295 с.

2. Ушаков Д.С. *Экономика туристской отрасли: учеб. пособие*. Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2010. 446 с.

3. Качалина Л.Н. Конкурентоспособный менеджмент. М.: Эксмо-Пресс, 2010. 460 с.

4. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. М.: Инфра-М, 2009. 312 с.

5. Говорова Н.А. Конкурентоспособность – основной фактор развития современной экономики // Проблемы теории и практики управления. 2010. № 4. С. 24–29.

УДК 338.486(470.311)

В.И. ШАРИКОВ

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Анализируются организационно-экономические условия обеспечения инвестиционной привлекательности туристской дестинации Московской области. Автор проводит анализ способствующих и сдерживающих факторов развития туризма в Московской области, анализ инвестиционной привлекательности туристской дестинации. Выделяются условия, влияющие на повышение инвестиционной привлекательности туристской дестинации Московской области.

Ключевые слова: туристская дестинация, инвестиционная привлекательность, фактуры инвестиционной привлекательности, оценка туристских ресурсов.

The article analyzes the organizational and economic conditions to ensure the attractiveness of a tourist destination of the Moscow region. The author analyzes the positive and negative factors to the development of tourism in the Moscow region. The author determines the conditions that improve the investment attractiveness of tourist destinations of the Moscow region.

Keywords: tourist destination, investment attractiveness, assessment of resources.

Эффективное развитие и инвестиционная привлекательность туристской дестинации Московской области зависят от соблюдения многих организационных и экономических условий.

В качестве туристской дестинации Московской области могут рассматриваться:

- регион (географическое пространство), который посещает турист;
- совокупность турпродуктов, производимых и потребляемых в этом регионе;

• географическая территория, обладающая необходимыми туристско-рекреационными ресурсами и способная удовлетворить потребности туристов.

Основным преимуществом Московской области является ее близость к главному экономическому и политическому центру России – Москве, а также высокая инфраструктурная обустроенность территории. Московская область – одна из наиболее привлекательных среди субъектов Российской Федерации территорий для внешних и внутренних инвесторов.

Для создания условий, способствующих инвестиционной привлекательности Московской области, необходимо учитывать ее текущее социально-экономическое положение.

К преимуществам области относятся:

- выгодное географическое положение;
- развитая транспортная инфраструктура;
- высокая инвестиционная активность;
- наличие квалифицированной рабочей силы;
- развитый научно-производственный комплекс;
- богатый культурно-исторический потенциал.

К сдерживающим факторам развития региона относятся:

- сложная демографическая ситуация;
- нестабильность финансовой сферы, затрудняющая разработку среднесрочных и долгосрочных программ;
- высокий уровень трудовой маятниковой миграции населения;
- высокая степень износа производственных фондов;
- несоответствие темпов развития структуры производства и сопутствующей инфраструктуры;
- достаточно высокая степень дифференциации муниципальных образований Московской области по уровню экономического и социального развития.

К возможностям развития Московской области относятся:

- высокая инвестиционная привлекательность;
- наличие инновационного потенциала развития;
- наличие возможностей для развития туристского бизнеса;
- наличие свободных рынков для организации и ведения бизнеса (финан-

совый рынок, фондовый рынок, логистика);

- наличие возможностей для реализации программ государственно-частного партнерства.

Факторами, оказывающими негативное влияние на социально-экономическое положение региона, являются:

- возможные отрицательные последствия решений, принимаемых на федеральном уровне (изменения отдельных положений законодательства, последствия которых могут привести к снижению поступлений налогов и сборов в консолидированный бюджет Московской области);
- возрастание различий в социальном и экономическом развитии муниципальных образований Московской области;

- последствия финансового кризиса.

Очевидно, что туристская дестинация Московской области обладает следующими показателями:

- наличие большого количества достопримечательностей (побуждают туриста совершить путешествие);
- наличие средств размещения, питания и развлечений, а также других предприятий сферы услуг;
- наличие большого числа транспортных маршрутов;
- наличие вспомогательных предприятий и служб (предоставляют рекламные услуги, обеспечивают персоналом);
- предприятия дестинации ориентированы не только на туристов, но и на местных жителей.

Жизненный цикл развития туристской дестинации Московской области состоит из следующих этапов: дестинация не подвергалась изменениям под воздействием туризма; рост ту-

ристских потоков, формирование туристского рынка и инфраструктуры; приток инвестиций в туризм и создание новых рабочих мест; сокращение объемов туристского потока, средства обслуживания практически не используются; новая идея развития дестинации [4].

В современных условиях можно выделить следующие основные факторы, влияющие на развитие туристской дестинации Московской области [3, с. 59]:

- рост объема инвестиций в транспортно-логистическую систему региона;
- активное развитие туристской инфраструктуры с участием государства и бизнеса;
- рост инвестиций в информационные системы;
- расширение масштабов и диверсификация деятельности туристских предприятий (организаций);
- оптимизация расходов туристских предприятий (организаций).

Туризм при поддержке государства развивается, в первую очередь, как сфера частного бизнеса, в связи с чем первостепенное значение для его развития приобретает инвестиционный климат региона. Отличительные черты инвестиций: высокая степень риска получения планируемого дохода; относительно длительный период окупаемости капитальных вложений.

Инвестиционная привлекательность туристской дестинации Московской области – одно из основных направлений в обеспечении ее поступательного развития. Это наиболее сложный вид управленческой деятельности, связанной с реализацией инвестиционных проектов, созданием и продвижением новых туристских про-

дуктов (услуг), преобразованием организационной структуры и т.п.

Выделяют следующие этапы проведения анализа инвестиционного проекта:

1. Предварительный анализ – определяет возможность реализации бизнес-идеи и анализа положения предприятий дестинации в отрасли.

2. Коммерческий (маркетинговый) анализ – анализ рынка сбыта, определение целевых сегментов и разработка комплекса маркетинга (ассортимента, качественных показателей, ценовой и распределительной политики, стратегии продвижения турпродукта на рынок).

3. Технический анализ – определение типа технологий, наиболее подходящих с точки зрения целей проекта, особенностей местных условий, влияния на экологию.

4. Финансовый анализ – дает количественную оценку, включает анализ деятельности дестинации за 3–5 лет, анализ безубыточности производства, прогнозирование денежных потоков и определение эффективности проекта.

5. Экономический анализ – определяет, превысят ли выгоды дестинации все затраты по реализации проекта, соответствие национальным интересам.

6. Институциональный анализ – анализ внешних (административных, законодательных) и внутренних факторов (квалификация менеджеров, их мотивация и совместимость проекта с целями и организационной культурой организации), анализ трудовых ресурсов и организационной структуры.

7. Анализ рисков – предполагает учет всех возможных изменений в будущем, как в лучшую, так и в худшую сторону. Проект всегда сопровождается элементом неопределенности,

что может привести к недостоверности прогнозов, используемых в финансовом анализе при оценке потоков денежных средств.

Одним из условий, сдерживающих развитие туристской дестинации Московской области, является отсутствие рыночной оценки туристских ресурсов, вследствие чего они не приносят факторный доход. По своей экономической природе туристские ресурсы дестинации связаны не только с землей и ее недрами. Они соединяют в себе природные, исторические и социально-культурологические факторы Московской области. В связи с этим туристские ресурсы следует рассматривать в качестве особого вида ресурсов, которые отличаются от чисто природных факторов (земли, недр). В соответствии с этим туристские ресурсы дестинации являются особым, самостоятельным экономическим фактором. Перспективным направлением развития туристской дестинации является проектирование и создание туристских кластеров – взаимосвязанных и взаимодополняющих предприятий и организаций, обеспечивающих функционирование туристской индустрии.

Эффективное социально-экономическое развитие туризма в Московской области и его инвестиционная привлекательность зависят от своевременного получения и анализа полной, достоверной, научно обоснованной официальной статистической информации о социальных, экономических, демографических, экологических и других общественных явлениях в регионе.

В связи с этим необходимо дать оценку воздействия туризма на экономику страны в целом и Московской области в частности. Эта оценка предполагает построение вспомогательно-

го счета в туризме, который в России пока не используется.

Вспомогательный счет в туризме (по ЮНВТО) позволяет оценить:

- въездное и выездное туристское потребление посетителей;
- внутреннее потребление посетителей-резидентов;
- туристское потребление в пределах рассматриваемой территории;
- внутреннее предложение и спрос, занятость в организациях туристской индустрии;
- валовое накопление основного капитала, затраты на развитие туризма;
- нестоимостные показатели – число прибытий, поездок, ночевков, средств размещения и т.д.

В этих условиях эффективное развитие туристской дестинации возможно при четко сформулированной концепции развития туристской отрасли России, которая позволит повысить уровень качества и конкурентоспособности туристских услуг.

Перечислим ряд условий, которые, на наш взгляд, будут прямо или косвенно способствовать инвестиционной привлекательности туристской дестинации Московской области:

- формирование статистики туризма, соответствующей международным требованиям в рамках решений Статистической комиссии ООН, учитывающей показатели смежных отраслей и определяющей совокупный вклад туризма в экономику региона;
- наличие достоверной статистической информации о состоянии туристской инфраструктуры и туристских ресурсов. Внесение собирательной группировки «Туризм» в ОКВЭД позволит построить вспомогательный счет в туризме для оценки экономического эффекта от туризма в экономике,

в том числе с учетом мультипликативного фактора;

- использование смешанных источников финансирования (федеральный бюджет, бюджет Московской области, внебюджетные источники) с привлечением частных инвестиций на основе кластерного подхода в условиях финансового кризиса;

- создание комфортной предпринимательской среды, позволяющей привлечь инвестиции для развития внутреннего и въездного туризма, на основе государственно-частного партнерства;

- использование механизма субсидирования процентных ставок по кредитам и займам, направляемым инвесторами в туристско-рекреационные объекты с длительным сроком окупаемости, для активизации привлечения частных инвестиций в туризм;

- субсидирование процентной ставки рефинансирования Центрального банка Российской Федерации по банковским кредитам, привлекаемым туристскими организациями области;

- субсидии по компенсации налога на прибыль туристской организации в части сумм, подлежащих зачислению в бюджет региона;

- размещение на конкурсной основе средств регионального бюджета для

финансирования туристских инвестиционных проектов;

- финансирование привлекательных инвестиционных проектов на долевых началах;

- законодательное обеспечение инвестиционной деятельности;

- формирование благоприятного инвестиционного имиджа Московской области как центра всесезонного туризма;

- стимулирование развития материально-технической базы туризма путем привлечения российских и иностранных инвестиций для реконструкции действующих и создания новых средств размещения;

- развитие инфраструктуры территорий (транспорт, электроснабжение, связь, коммунальное хозяйство), создание благоприятных условий для развития туристских зон на территории региона;

- разработка градостроительной документации на размещение туристских объектов для предотвращения хаотичной застройки местности.

Таким образом, повышение уровня инвестиционной привлекательности туристской дестинации Московской области является необходимым условием ее эффективного развития.

ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 г. № 644 «О Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)»».

2. Постановление Правительства РФ от 02.10.2006 г. № 595 «О Федеральной целевой программе «Развитие государственной статистики России в 2007–2011 годах»» (ред. от 21.03.2012).

3. Ополченев И.И. Управление качеством в сфере услуг: учебник. М.: Советский спорт, 2008. 246 с.

4. Все о туризме: туристическая библиотека. URL: http://www.tourlib.net/books_tourism/bogolubov4.htm (дата обращения: 26.03.2014).

5. Официальный сайт ОАО «Особые экономические зоны» / Туристические особые экономические зоны. URL: http://www.oao-oez.ru/special_economic_zones/tourism_recreation_zones/ (дата обращения: 27.03.2014).

6. Федеральный портал PTOTOWN.RU / Цели, задачи, показатели стратегии развития Московской области до 2020 года. URL: <http://protown.ru/russia/obl/articles/7803.html> (дата обращения: 20.03.2014).

УДК 332.02:338.48

Н.А. ЛОНШАКОВА, Н.Е. ЛОНШАКОВА

РАЗВИТИЕ ПУБЛИЧНОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Анализируется понятие публичной политики и возможности развития взаимодействия государства, частного сектора, СМИ и потребителей в сфере туризма. Предлагаются принципы формирования публичной политики в сфере туризма, раскрываются функции и проблемы реализации публичной политики в российской туристической индустрии.

Ключевые слова: публичная политика, туризм, принципы публичной политики, функции публичной политики, туристическая политика.

The authors analyze the concept of public policy in tourism and opportunities of interaction between the government, the private sector, medias and consumers in tourism. The authors propose guidelines for the formation of public policy in the field of tourism, analyze functions and problems of implementation of public policy in tourism in Russia.

Keywords: public policy, tourism, principles of public policy, public policy function.

Политологическое осмысление развития туризма в современной России представляется целесообразным на основе анализа соответствующей теоретико-концептуальной базы публичной политики. В связи с этим необходимо прежде всего сформировать понятийный аппарат публичной политики в сфере туризма с использованием уже сложившихся подходов, отраженных в научной литературе, нормативных правовых актах и иных документах.

Понятие «публичная политика» было введено в оборот в первой половине XX в., когда возникла потребность в соединении политической теории и практики в целях оценки фактической деятельности правительств в обеспечении общественных интересов [20, с. 9]. В последующем проблематика публичной политики стала предметом научного дискурса в трудах зарубежных исследователей, а с конца 1980 – начала 1990-х гг. – и отечественных ученых.

В ходе дискуссий по поводу интерпретации понятия «публичная политика» американскими и западноевропейскими учеными были сформулированы и обоснованы различные его определения. Наиболее простые из них следующие: публичная политика – это политика, проводимая в интересах «публики» (Т. Биркланд) [16, с. 17], и публичная политика как «совокупность действий правительства и все то, что правительства делают или не делают» (Т. Дай) [18].

Сегодня теоретические и прикладные исследования публичной политики находятся в фокусе внимания российских политологов, однако взгляды на понятие и сущность рассматриваемого явления неоднозначны.

Говоря о публичной политике как ином состоянии поля политики [15, с. 106], нельзя не обратить внимание на разное содержательное наполнение и неоднозначность использования термина «публичный» (и словосочетаний с ним), широко употребляемого в раз-

ных контекстах, в выступлениях политиков и государственных деятелей, в нормативных правовых актах, средствах массовой информации, трудах ученых и т.д.

Так, в Бюджетных посланиях Президента Российской Федерации Федеральному собранию упоминаются органы публичной власти всех уровней [1], а также уровни публичной власти [2]. В Докладе Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации за 2008 г. речь идет о публичных фигурах [3], под которыми в данном документе понимаются политики. Кроме того, в общественно-политическую жизнь России прочно вошли термины «публичная власть», «публичное право», «публичный договор», «публичное обсуждение», «открытый публичный конкурс», «публичные (бюджетные) финансы», «публичные слушания», «публичный интерес», «публичная экспертиза», «публичная организация» и др.

Исследования проблем становления публичной политики в России осуществлялись в рамках российско-канадского проекта «Университет Калгари – Горбачев-Фонд», обсуждались на всероссийских конгрессах политологов (1998, 2000, 2003, 2006, 2009).

Одно из определений феномена публичной политики обосновано в одноименной статье Н.А. Шматко. Согласно ее подходу, публичная политика есть «симбиоз политического действия, научной рефлексии и акта масс-медийной коммуникации» [15, с. 106].

Другие отечественные ученые рассматривают публичную политику как идентичную социальной политике (Н.М. Римашевская), в контексте публичности, открытости принимаемых решений, выработанных на основе и с

учетом ожиданий социальных групп (страт) общества через их представителей (Н.Ю. Беляева, А.Ю. Сунгуров, В.А. Ядов), соотношения публичной и частной сфер жизни общества (Ю.А. Красин) и т.д.

Авторам импонирует подход исследователей публичной политики, определяющих ее как поле взаимодействия политических акторов (С.П. Перегудов, В.А. Михеев и др.).

Так, С.П. Перегудов трактует публичную политику как «поле взаимодействия государства и других субъектов политических отношений (партий, групп интересов, общественных движений и др.), характеризующееся той или иной степенью открытости и “прозрачности”. При этом действующие на данном поле субъекты взаимодействуют не только с государством, но и между собой, причем зачастую минуя государство» [10, с. 139].

С точки зрения В.А. Михеева, публичная политика – это «деятельность, характеризующаяся системным взаимодействием государства, частного сектора, институтов гражданского общества, многообразных социальных, профессиональных групп и слоев, общественных объединений по поводу реализации личных и общественных интересов, производства, распределения и использования общественных ресурсов и благ с учетом волеизъявления народа или населения определенных территорий» [8, с. 13]. Разделяя эту позицию в толковании публичной политики, А.Ю. Сунгуров небезосновательно подчеркивает, что такой подход позволяет не только описать, но и оценивать степень ее развития, степень вовлеченности в процесс подготовки и принятия решений тех или иных ее акторов [12, с. 8].

С учетом вышеизложенного представляется возможным предложить авторское осмысление понятия «публичная политика в сфере туризма», которую можно представить как систему постоянного взаимодействия власти, функционирующих в данной сфере коммерческих организаций и иных субъектов туристской деятельности, основанную на их взаимной ответственности за непрерывное и устойчивое развитие туризма и направленную на удовлетворение публичных и личных интересов и потребностей населения в данной сфере.

Следует отметить, что к настоящему времени в России сформированы базовые предпосылки становления публичной политики в сфере туризма. К их числу отнесем:

- наличие Конституции Российской Федерации, провозгласившей наше государство как социальное и закрепившей основные права и свободы граждан в сфере туризма;
- развитие политической системы общества, включающей важнейшие институты публичной политики, – государство, политические партии, местное самоуправление, средства массовой информации, гражданское общество и др.;
- формирование системы состязательности институтов политического опосредования, которые все чаще включают тему туризма в свои программные документы;
- наличие всеобщего избирательного права;
- проведение административной и бюджетной реформ и др.

Вместе с тем следует упомянуть и о наличии существенных проблем становления публичной политики в России, которые в большинстве своем осоз-

наются не только политологами и другими исследователями, но и представителями властных структур [4]. К числу указанных проблем относятся:

- низкий уровень доверия граждан к организациям, осуществляющим предоставление туристских услуг, и правящим политическим силам;
- закрытость и бюрократизм властных структур;
- коррупция;
- непонимание государственными служащими важности осуществления политических коммуникаций, постоянного налаженного диалога с представителями гражданского общества;
- слабость правовой и политической культуры общественных сил и отдельных акторов и др.

С учетом сказанного, предлагается концепция публичной политики в сфере туризма как политики, основанной на следующих принципах:

1. Объединение политических акторов для участия в механизме формирования и реализации публичной политики в рассматриваемой сфере на системной и долгосрочной основе.
2. Разделение ответственности участников за непрерывное и устойчивое развитие сферы туризма.
3. Стратегическое управление развитием туризма, ориентированное на удовлетворение общественно значимых потребностей в туристских услугах и повышение потенциала рекреационной функции туризма.

Следует подчеркнуть, что «переведение» государственной политики в сфере туризма в русло публичности предполагает прежде всего установление долгосрочных партнерских отношений, поддержание конструктивного диалога между политическими акторами в данной сфере. Отсюда возникает

настоятельная необходимость определения основных участников – политических акторов публичной политики в сфере туризма.

Традиционным участником публичной политики является государство. Н.А. Шматко справедливо определяет также важными действующими лицами публичной политики экспертов, аналитиков, членов гражданских и общественных комитетов, социальных работников, представляющих гражданское общество, и научное сообщество [15, с. 106–112]. А.Ю. Сунгуров дополняет перечень политических акторов средствами массовой информации как посредниками, взаимодействующими с широкими слоями населения, а также структурами бизнеса, которые участвуют в процессе подготовки и реализации разнообразных властных решений [12, с. 9].

Ю.А. Красин подчеркивает, что при масштабности функций и задач публичной политики все острее ощущается необходимость активного включения самого общества в процессы формирования публичной политики [13, с. 24].

Объединяя участников публичной политики в сфере туризма общим понятием «политические акторы», будем, однако, различать их как субъектов, акторов и агентов. Так, субъектами управления общественными процессами, отношениями в сфере туризма выступают органы власти, обладая для этого соответствующими компетенциями и ресурсами.

Под политическими акторами современная политология понимает «субъектов, активно осуществляющих какую-либо из форм политической деятельности. При этом степень проявления активности, воздействия на политические процессы обусловле-

на субъективными качествами актора, а также местом, ролью в политической жизни той партии, движения, организации, к которой он принадлежит» [11, с. 35]. К политическим акторам в данном случае отнесем политические партии, представителей гражданского общества, бизнес-структуры и др.

Обращаясь к определению Г. Алмонда и Г. Пауэлла, политическими агентами назовем группы или объединения граждан, эпизодически образовавшиеся для решения каких-либо локальных общественно значимых проблем [17, с. 68–70].

Представляется, что только при условии партнерского взаимодействия всех указанных участников между собой, повышения инициативы граждан можно говорить о возникновении синергетического эффекта системы публичной политики в сфере туризма.

Другой концептуальный принцип публичной политики в сфере туризма базируется на взаимной ответственности политических акторов за непрерывное и устойчивое развитие туризма.

Всемирная туристская организация (ЮНВТО) рассматривает устойчивое развитие туризма как управление всеми видами ресурсов, обеспечивающее удовлетворение экономических, социальных и эстетических потребностей при сохранении культурной целостности, основных экологических процессов, биологического разнообразия и систем жизнеобеспечения [14, с. 29].

Разработка на общеевропейском уровне концепций, стратегий, программ, различного рода инициатив по устойчивому развитию туризма свидетельствует о действительной заинтересованности органов власти и общества в переходе на качественно новый уровень развития туризма. Примечатель-

но, что ответственность за осуществление действий по устойчивому развитию туризма в странах Европейского союза несут как органы государственной власти (правительства государств – членов ЕС, местные власти), так и туристский бизнес, образовательные и исследовательские учреждения, профсоюзы, потребительские ассоциации, неправительственные и международные организации и, наконец, сами туристы.

В этом смысле следует признать полезными рекомендации, подготовленные Всемирным советом по туризму и путешествиям (WTTC) для Российской Федерации [21, с. 5]. В данном документе говорится о том, что ответственность за устойчивое и непрерывное развитие сферы туризма и путешествий в стране лежит не только на правительстве, но и на всех заинтересованных сторонах. Далее высказывается идея о необходимости формирования Правительством Российской Федерации нового видения сферы туризма и выработки стратегии партнерства государственного и частного секторов – между всеми уровнями и секторами федеральных и местных органов власти, между правительством и индустрией туризма, учебными заведениями и другими участниками. Решение существующих проблем и формирование нового видения сферы туризма в России WTTC рассматривает через соблюдение следующих условий:

- российское правительство должно придать сфере туризма приоритетный статус;
- предприниматели должны соотносить интересы бизнеса с нуждами людей, культуры и окружающей среды;
- наконец, все участники должны разделять цель долгосрочного роста и процветания.

Раскрывая третий концептуальный принцип, следует учитывать, что политика в сфере туризма формируется в контексте ряда актуальных глобальных вызовов нашего времени, а также долговременных тенденций мирового развития. В связи с этим повышаются требования к процессу формирования и реализации публичной политики в сфере туризма, в частности к таким основным функциям политической системы, как артикуляция (выражение) и агрегация (т.е. выяснение приоритетов и очередности их решения) индивидуальных и групповых общественных интересов и потребностей.

Таким образом, стратегическое планирование развития сферы туризма должно быть направлено на формирование долгосрочных решений по обеспечению политической стабильности в обществе и устойчивого развития национальной экономики, улучшению качества жизни населения, повышению потенциала рекреационной функции туризма, укреплению государственной и общественной безопасности, повышению конкурентоспособности и международного престижа России, упрочению целостности государства.

При этом одним из важнейших условий становления публичной политики в России современная общественно-политическая мысль называет наличие и функционирование публичной сферы.

Термин «публичная сфера» как источник демократической легитимности был сформулирован в контексте теории демократии и получил развитие в научных трудах Ю. Хабермаса.

Под публичной сферой в узком смысле Хабермас понимает «ту область со-

циальной жизни, в которой формируется общественное мнение» [19, с. 231]. Широкая трактовка термина «публичная сфера» предполагает, что это публичное в противовес частному – сфера реализации присущих любому обществу коммунитарных интересов, т.е. интересов общества в целом.

Ю. Хабермас считает, что общественное мнение в данном случае выполняет функцию критики государственной власти и контроля над ней, причем осуществляемую, как правило, неформально, за исключением участия в официально назначенных выборах.

Отечественные исследователи, отмечая в ходе дискуссий, что публичная сфера современного российского общества находится на начальной стадии становления, определяют ее как особое виртуальное пространство, где в более или менее открытом режиме обсуждаются социально значимые проблемы, формируется общественное мнение, конструируются и переопределяются коллективные идентичности [7, с. 6]; как общественный форум коллективного поиска гражданами общих целей и средств их достижения (узкое значение), а также область их практических воплощений, систему взаимодействия реальных общественных институтов (широкое значение) [5, с. 6]; как общественное пространство, где формируется общественное мнение и «народное» наблюдение за деятельностью правительства, та сфера, где происходит взаимодействие двух видов социального контроля – «контроля сверху» (государственное управление, вся машина государства) и «контроля снизу» (общественно-политический контроль, цель которого – обеспечить наблюдение гражданского общества за деятельностью государства) [9, с. 23].

Приведенные определения не противоречат друг другу и позволяют выявить принципиальную характеристику публичной сферы как пространства, наполненного голосами людей, и как важнейшего признака демократического общества.

Несмотря на то что в настоящее время нельзя говорить о сформировавшейся российской публичной сфере, основанной на эффективных механизмах взаимодействия власти и общества, подчеркнем важность ее развития, обусловленную воздействием на общественные процессы и отношения. В данном случае мы говорим о функциях публичной сферы, к важнейшим из которых относят следующие [5, с. 7]:

1. Артикуляция общественных интересов. Управляющая система государственного и муниципального управления должна перестать быть «глухой», «закрытой», а общество, все социальные группы и граждане должны достаточно громко, явственно высказывать свои требования, чтобы и власть, и все общество их услышали и должным образом осознали. Интересы должны звучать в самом обществе как «общественный заказ» власти.

2. Агрегация общественных интересов, т.е. выяснение приоритетов и очередности их решения. Волнующие общество проблемы становятся предметом рассмотрения для общественных институтов, которые отражают интересы отдельных социальных групп (партий, профсоюзов и иных институтов политического опосредования) и приобретают форму политических программ, наказов, заявлений отдельных институтов гражданского общества и совместных – это процесс взаимного знакомства субъектов общества и выстраивание общенациональных задач, коррек-

ция их с учетом возможностей (ресурсов) власти реализовать приоритетные в обществе программы, проекты.

Определяя стратегические и тактические цели, власть должна предоставить обществу информацию не только о понятых и воспринятых ею публичных интересах, но и о недостижимых в данное время общественно значимых целях, чтобы скорректировать взаимоотношения власти и общественных институтов, граждан, укрепить легитимность принятых национальных программ и проектов.

3. Влияние на формирование государственной политики. Государство, его власть всегда подвержены многочисленным влияниям разнообразных частных интересов, лоббированию тех или иных законов со стороны крупных монополий, корпоративных и олигархических группировок. Публичные интересы в таких условиях выражаются как некий усредненный вектор этих влияний. Влияние публичной сферы только тогда становится реальностью в законодательном процессе и правительственном курсе, когда каналы влияния, механизмы взаимодействия – институционализированы, имеют правовую достаточную обеспеченность, гласность и равные права субъектов политики, доступ в законодательную сферу.

4. Политическая социализация граждан. Приобщение граждан к осознанному участию в управлении предполагает: а) распространение политических и правовых знаний (просвещение граждан); б) вовлечение граждан в процесс размышления, осознания своих прав, интересов, логики их осуществления, формирования четких убеждений и на их основе политической ориентации; в) вовлечение граждан в политические мероприятия, общезначи-

мые акции в целях осознания своего места и роли в обществе, обучения умению слышать, принимать в расчет интересы и аргументы других, находить взаимоприемлемые пути решения проблем. В этом смысле публичная сфера определяется как условие и среда овладения искусством «жить вместе».

5. Публичный контроль за деятельностью власти, привлечение должностных лиц к политической и нравственной ответственности (за состояние дел в обществе, государстве, экономике, социальной жизни, экономической и культурной сфере, т.е. во всех областях жизни и деятельности граждан).

6. Воспитание и рекрутирование политических лидеров, общественно-политической элиты, способной рассуждать и убеждать, генерировать общезначимые идеи, цели, а также объединить, организовать команду единомышленников в процессе политического участия.

Таким образом, публичная сфера в российском обществе существует, функционирует она и в формате туристской отрасли. Однако пока публичная сфера в России не может обеспечить реальную причастность всех действующих субъектов формирования и реализации туристской политики.

Обеспечение участия всех политических акторов в публичной политике в сфере туризма, на наш взгляд, видится в развитии публичной сферы не как противовеса государству, но как создания условий для конструктивной партнерской работы в целях принятия политико-управленческих решений по важнейшим проблемам развития туризма. Это предполагает в первую очередь формирование эффективного механизма разработки и реализации туристской политики.

ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Бюджетное послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации от 23 июня 2008 г. «Об бюджетной политике в 2009–2011 годах» // СПС «КонсультантПлюс: Версия Проф».
2. Бюджетное послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации от 26 мая 2005 г. «О бюджетной политике в 2006 году» // Парламентская газета. 2005. 26 мая.
3. Доклад Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации за 2008 год от 17 февраля 2009 г. // Российская газета. 2009. 17 апреля.
4. Концепция административной реформы в Российской Федерации в 2006–2010 годах: утв. распоряжением Правительства Рос. Федерации от 25 октября 2005 г. № 1789-р // СПС «КонсультантПлюс: Версия Проф».
5. Глазунова Н.И. Публичная сфера как среда и условие формирования и реализации государственной публичной политики // Вестник Университета. Государственное и муниципальное управление. М.: ГУУ, 2007. № 1 (8). С. 5–10.
6. Лоншакова Н.Е., Лоншакова Н.А. Публичная политика в сфере туризма: совершенствование механизма ее формирования и реализации: монография. М.: Логос, 2013.
7. Малинова О.Ю. Идеологический плюрализм и трансформация публичной сферы в постсоветской России // Полис. 2007. № 1. С. 6–21.
8. Михеев В.А. Социальное партнерство и пути совершенствования публичной политики // Власть. 2005. № 7. С. 13–19.
9. Никовская Л.И., Якимец В.Н. Публичная политика в современной России: между корпоративно-бюрократическим и гражданско-модернизаторским выбором // Политика. 2007. № 1. С. 30–51.
10. Перегудов С.П. Гражданское общество как субъект публичной политики // Полис. 2006. № 2. С. 139–150.
11. Политическая энциклопедия: в 2 т. Т. 1. / Нац. обществ.-науч. фонд; рук. проекта Г.Ю. Семизгин; науч.-ред. совет: пред. совета Г.Ю. Семизгин. М.: Мысль, 1999. 750 с.
12. Публичная политика – 2005: сб. ст. / под ред. М.Б. Горного и А.Ю. Сунгузова. СПб.: Норма, 2006. 144 с.
13. Публичная политика в России: По итогам проекта «Университет Калгари – Горбачев-Фонд». М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 358 с.
14. Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие / В.Г. Гуляев, И.А. Селиванов. М.: Советский спорт, 2008. 280 с. (Профессиональное туристское образование).
15. Шматко Н.А. Феномен публичной политики // Социологические исследования. 2001. № 7. С. 106–112.
16. Birkland T.A. An Introduction to the Policy Process: theories, concepts, and models of public policy making / by Thomas A. Birkland. 2-nd ed. New York: M.E. Sharpe, Inc., 2005. 297 p.
17. Comparative Politics Today: A World View / ed. by Almond G., Powell G. New York: HarperCollins, 1996. P. 68–70.
18. Dye T.R. Understanding Public Policy. 7th ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, 1992. 383 p.
19. Habermas J. The Public Sphere / Jürgen Habermas on Society and Politics. Boston: Beacon Press, 1973.
20. McCool D.C. Public Policy Theories, Models and Concepts: An Anthology. New Jersey: Prentice Hall, 1995. 412 p.
21. Российская Федерация. Влияние туризма и путешествий на рынок труда и экономику. Всемирный совет по туризму и путешествиям. World Travel & Tourism Council. 2006. 71 с. URL: http://www.wttc.org/download.php?file=http://www.wttc.org/bin/pdf/original_pdf_file/russianfed2006rus.pdf

УДК 378:330.41

А.Д. ЕФИМОВ, Т.С. ЭЛИАРОВА

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ РОССИИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Рассматриваются проблемы, которые возникают на рынке образовательных услуг у образовательных учреждений высшего образования в условиях вступления России в ВТО. Ключевые слова: глобализация, высшее образование, образовательные услуги, экспорт образовательных услуг.

In this article the authors examine the problems that arise in the market of educational services of higher education according the WTO programs.

Keywords: globalization, higher education, educational services, export of educational services.

«Образование как таковое – это процесс становления и развития личности в процессе ее приобщения к культуре общества, осуществляемое человеком в общении и совместной деятельности с другими людьми» [2, с. 28].

«Одной из важных задач, стоящих перед системой образования, является воспитание граждан – социально активных, творческих членов общества, овладевших системой общечеловеческих и национальных ценностей и идеалов» [6, с. 50].

В соответствии с образовательным законодательством России (Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации») один из принципов государственной образовательной политики – этосоздание благоприятных условий для интеграции системы образования Российской Федерации с системами образования других стран на

равноправной и взаимовыгодной основе [1, с. 4]. При этом очень важно, чтобы при интеграции системы высшего и послевузовского профессионального образования Российской Федерации в мировую систему высшего образования сохранились и продолжали развиваться достижения и традиции российской высшей школы.

При вступлении РФ во Всемирную торговую организацию (Федеральный закон от 21 июля 2012 г. «О ратификации Протокола о присоединении Российской Федерации к Марракешскому соглашению об учреждении Всемирной торговой организации от 15 апреля 1994 г.») сфера образования также не осталась не затронутой. В отличие от ряда организаций (ЮНЕСКО и Конференции министров образования европейских стран), ВТО относит образование к образовательным услугам и стремится к расширению торговли ими [5].

Начиная с 2012 г., после ратификации Государственной Думой протоко-

ла о вступлении России в ВТО и подписания указа Президентом, Российская Федерация становится полноправным участником международного рынка по торговле услугами образования.

Международный рынок образовательных услуг в данный момент представляет собой целую отрасль мирового хозяйства, объем продаж которой составляет несколько десятков миллиардов долларов США ежегодно, а объем потребителей – несколько миллионов человек соответственно. Лидерами здесь являются США, Англия, Германия, Франция, Австралия и Япония [5].

В понятие «образование» («обучение») ВТО включает два вида услуг:

- 1) по практическому обучению;
- 2) тестированию уровня образования [5].

В сложившейся ситуации потенциальными выгодами для отечественной системы образования (в результате присоединения страны к ВТО) могут стать следующие дополнительные возможности:

- «реализация геополитических и экономических интересов страны посредством “образовательной экспансии”;
- реформирование системы подготовки специалистов с учетом требований мирового рынка труда, расширение спектра образовательных программ и повышение качества образования, улучшение уровня владения учащимися иностранными языками;
- расширение выхода российских вузов на зарубежные образовательные рынки, активное использование дистанционных образовательных технологий, открытие филиалов и представительств российских вузов за рубежом;
- рост числа иностранных студентов в российских вузах и увеличение де-

нежных потоков от экспорта образовательных услуг;

- более широкое знакомство с зарубежной высшей школой, совместная разработка образовательных программ, степеней и квалификаций;

- привлечение лучших иностранных выпускников российских вузов для развития экономики и науки в стране» [5, с. 51].

Весьма важным является и то, что русский язык по распространенности – четвертый в мире. Успех отечественной образовательной системы на международном рынке услуг образования определяется прежде всего тем, насколько быстро и качественно произойдет процесс овладения правилами и нормами образовательного экспорта, инструментами создания и реализации собственного экспортного потенциала образования [5].

В связи с этим на первый план выходят проблемы:

- «обеспечения качества образования и защиты от некачественных образовательных услуг;
- поддержания необходимого уровня доступа к высшему образованию;
- защиты интеллектуальной собственности;
- определения оптимального соотношения источников финансирования образования;
- создания новых алгоритмов управления образованием;
- нового понимания академических свобод» [5, с. 51].

Помимо того, роль высших учебных заведений в инновационном процессе заключается не только в поставках научно-исследовательской продукции на технологические рынки, но и в воспитании специалистов инновационного типа. Они, в свою очередь, должны

обладать компетенциями, обеспечивающими переход от исследований к работам с последующей их коммерциализацией [3].

Следует также дополнить, что Россия не приняла обязательств в отношении иностранного коммерческого присутствия в области высшего образова-

ния. Таким образом, Российская Федерация сохраняет за собой право вводить любые ограничения деятельности иностранных учреждений высшего образования на национальном рынке образования, а также регулировать общий объем иностранного присутствия в сфере высшего образования [4].

ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон от 29.12.12 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

2. Гребнев Л. ВТО и российские вузы: от жесткой конкуренции к взаимовыгодному сотрудничеству? // Высшее образование в России. 2006. № 4.

3. Карпов А.О. Открытые инновации и высшее образование / Высшее образование в России. 2013. № 3.

4. Селиверстова О.И. Модернизация систе-

мы образования в свете присоединения России к ВТО // Высшее образование в России. 2013. № 2.

5. Сенашенко В.С. Образование и процессы глобализации // Высшее образование в России. 2013. № 1.

6. Якупова А.Р., Мезенцева Е.И., Матвиенко А.А. Гуманистические идеи в истории становления профессионального образования в России // Высшее образование сегодня. 2009. X.

УДК 371.13:339.9

Т.Н. ЕФРЕМЦЕВА

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ КАЧЕСТВА КАК УСЛОВИЕ НОВОЙ ПАРАДИГМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Автор рассуждает о новой парадигме профессионального туристского образования, построение которой следует вести на основе международных стандартов качества по направлениям подготовки студентов высшего образования.

Ключевые слова: высшее образование, профессиональное туристское образование, международные стандарты качества.

The author discusses the new paradigm of professional tourism education that should be constructed on the basis of international quality standards in the directions of higher education training.

Keywords: higher education, professional tourism education, international quality standards.

Формирование конкурентоспособного имиджа России неразрывно связано с совершенствованием качества подготовки профессиональных кадров. В системе профессионального образования в сфере туризма особое внимание сегодня уделяется качеству подготовки специалистов, что позволит обеспечить успешное решение проблем национальной идентификации туристского образования в России в условиях глобальной интеграции.

В ходе реализации Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» ожидается значительное увеличение числа рабочих мест за счет расширения сферы сервиса и услуг в России. Программа ставит основными задачами «развитие туристско-рекреационного комплекса Российской Федерации; повышение качества туристских услуг и продвижение туристского продукта Российской Федерации на мировом и внутреннем туристских рынках» [2].

Несомненно, что рыночный успех является основным критерием оценки деятельности вузов, маркетинговые возможности которых предопределяются правильно разработанной и последовательно осуществляемой политикой образовательных услуг. В России сегодня насчитывается более 400 вузов и факультетов, осуществляющих профессиональную подготовку кадров для сферы туризма и гостеприимства; для сравнения, в США таких учебных заведений более 500, а в Великобритании 170 [5]. Основной акцент происходящей реорганизации российского профессионального образования в сфере туризма направлен на подготовку конкурентоспособного современного специалиста индустрии туризма, со-

ответствующего стандартам мировой туристической индустрии и запросам отечественных работодателей.

В стремлении повысить качество профессиональной подготовки российские вузы в настоящее время сталкиваются с некоторыми противоречиями в определении содержания туристского образования, в его несоответствии международным стандартам качества, в системе оценки сформированности профессиональных компетенций выпускников.

Важнейшим компонентом парадигмы профессионального туристского образования в России должна стать разработанная на национальном уровне система оценки качества профессиональной подготовки кадров, которая затем детализируется и уточняется, исходя из специфики туристского вуза или соответствующего факультета университета.

Необходимым условием реализации новых стандартов образования является регулярное повышение квалификации и профессиональная переподготовка профессорско-преподавательского состава кафедр. Так называемый «золотой фонд» вузов должен быть вовлечен в процесс модернизации современной высшей школы наравне с министерскими кабинетами и работодателями. И, наконец, важнейшим критерием вхождения России в международное образовательное пространство является соответствие содержания профессионального обучения международным стандартам качества по направлениям подготовки.

Система профессиональной сертификации UNWTO TedQual Certification является международным стандартом качества туристского образования. С момента создания в 1998 г.

она способствует постоянному совершенствованию качества туристского образования, подготовки кадров и научно-исследовательских программ путем определения набора минимальных стандартов качества образования в сфере туризма.

Следует иметь в виду, что система TedQual Certification состоит из серии оценочных критериев, универсально применяемых к любому туристскому образованию, подготовке или исследовательской программе, которые позволяют измерить эффективность образовательной системы, а также степень ее соответствия запросам туристского сектора, общества и студентам в этой программе. Данная система сертификации учитывает пять областей анализа, которые оценивают внутренние и внешние аспекты программы вуза. К ним относятся: «согласованность плана исследований; инфраструктура и педагогическая поддержка; политика, инструменты и механизмы поддержки административного управления; существование прозрачного механизма для выбора факультета и благоприятных условий для профессионального развития и актуальность содержания программы исследований в связи с потребностями сектора туризма» [4].

На сегодняшний день, по данным Всемирной туристской организации, профессиональную сертификацию UNWTO TedQual имеет 81 высшее учебное заведение в мире. Если посмотреть географически, то это: 10 университетов в Китае, 7 – в Великобритании, по 6 – в Испании и Мексике, 5 – в Италии, 4 – в США, по 2 – в Швейцарии, Греции и Турции и по одному – в Германии, Франции и России. Примечательно, что Российская международная академия туризма является един-

ственным российским туристским вузом, имеющим международный сертификат качества туристского образования UNWTO TedQual [4, 5].

Однако международная сертификация качества туристского образования гарантирует высокий уровень профессиональной подготовки в вузе в целом, но не предоставляет возможности студентам для получения личных международных сертификатов или дипломов по туризму, менеджменту туризма и гостеприимства, которые могли бы подтвердить их конкурентные качества у будущего работодателя.

В качестве примера рассмотрим три ведущих международных экзамена в области туризма, менеджмента туризма и гостеприимства. Это следующие профессиональные экзамены:

- LCCI (London Chamber of Commerce and Industry). Экзамены по туризму Лондонской торгово-промышленной палаты имеют два уровня и состоят из письменной и устной частей;

- Edexcel BTEC. Это самая большая в Великобритании компания по аккредитации национальных и международных академических и профессиональных квалификаций, в том числе по туризму, менеджменту туризма и гостеприимства. Экзамены имеют 5 уровней – от сертификата до диплома по международному туризму;

- City&Guilds. Это ведущий и старейший (основан в 1878 г.) синдикат по международной аккредитации профессиональных квалификаций в Великобритании, находящийся под патронатом королевской семьи. Экзамены имеют три уровня – от сертификата до диплома по международному туризму [1].

Обязательным требованием при подготовке к сдаче международных эк-

заменов является достаточно высокий уровень владения английским языком, он должен быть не ниже B2 (upper-intermediate) по европейской шкале CEF (Common European Framework), так как все эти профессиональные экзамены кандидаты сдают на английском языке.

Кстати, введение данной шкалы уровней владения иностранным языком на национальном уровне (или хотя бы внутри вузов) позволило бы дифференцировать прогресс студентов в изучении языка и осуществлять входной, промежуточный и итоговый мониторинг качества языковой подготовки.

Глубокий анализ содержания вышеуказанных международных экзаменов по туризму, а также подробное изучение стратегии CLIL (Content and Language Integrated Learning), т.е. метапредметного образовательного подхода к содержанию профессиональной подготовки, приводят к выводу о необходимости создания вузовского макета структурной матрицы формирования общекультурных и профессиональных компетенций бакалавров в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлениям подготовки [3].

В предполагаемую структуру матрицы закладываются все формируемые компетенции направления подготовки студентов и перечисляются все предметы, в ходе изучения которых они формируются. При таком подходе мы избавимся от предметной «однобокости и узости», поверхностного формирования компетенций. Важным техническим условием и инструментом работы такой матрицы должна быть LMS-платформа вуза, которая дает возможность проектировать, создавать и в дальнейшем управлять ресурса-

ми информационно-образовательной среды.

Система оценки качества сформированности у студентов общекультурных и профессиональных компетенций выступает основополагающим условием парадигмы профессионального туристского образования, она должна быть заложена в матрицу вместе с принятым вузом фондом оценочных средств и балльно-рейтинговой системой оценки.

Рассмотрим подробнее содержание международного экзамена LCCI по туризму второго уровня. Так, например, в первом задании приводится кейс (бизнес-ситуация): В компанию X, где вы работаете, обратился клиент с просьбой предложить ему круиз на удовлетворяющих его условиях. Менеджер просит вас изучить предложения (три текста о круизах) и подобрать лучший вариант для клиента (нужно провести исследование, сравнив характеристики предложений и запросы клиента в виде таблицы). Во втором задании менеджер сообщает, что он доволен вашим выбором и просит написать письмо клиенту с подробным описанием предложения. В третьем задании клиент звонит вам и сообщает, что он заболел, и просит перенести дату его поездки... и т.д. В ходе выполнения экзаменационных заданий кандидат должен принимать решения, демонстрируя знания, умения и сформированные профессиональные компетенции [6].

Кафедра иностранных языков и зарубежного страноведения Российской международной академии туризма проводит достаточно большую работу по совершенствованию содержания профессиональной подготовки по иностранным языкам и созданию единого образовательного пространства в обла-

сти туристского образования. Созданная в 2011 г. Ассоциация преподавателей иностранных языков туристских вузов и факультетов туризма активно работает, объединяя на сегодняшний день более 80 преподавателей из 46 вузов Москвы, Московской области и других регионов России. В период с 2011 по 2013 гг. проведены две международные научно-практические конференции и три научно-методических семинара с международным участием

по актуальным вопросам содержания профессиональной подготовки по иностранным языкам [1].

Опыт работы Ассоциации показывает, что профессиональное взаимодействие специалистов в предметной области образования помогает решить многие проблемы в построении системы современного качественного, соответствующего международным стандартам профессионального образования в России.

ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Ефремцева Т.Н. *Международные эталоны качества в российском профессиональном туристском образовании* // Вестник РМАТ. 2013. № 2 (8). С. 76–80.

2. Постановление Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644 «О Федеральной целевой программе “Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)”».

3. Mehisto P., Marsh D. & Frigols M.J. *Uncovering CLIL: Content and Language Integrated Learning in Bilingual and Multilingual Education*. Macmillan Education, 2008. P. 238.

4. URL: <http://themis.unwto.org/en/content/institutions-unwtotatedqual-certified-programmes> (дата обращения: 15.02.2013).

5. URL: <http://whichuniversitybest.blogspot.ru/2010/02/top-hospitality-tourism-schools.html> (дата обращения: 21.02.2013).

6. URL: <http://www.ediplc.com/documents/WEFT%20L2%20Past%20Paper%20Series%204%202010.pdf> (дата обращения: 30.11.2013).

7. Кубрушко П.Ф. О перспективах развития профессионально-педагогического образования и его кадровом обеспечении // Вестник ФГОУ ВПО МГАУ. М.: Изд-во МГАУ, № 2(12) 2005. С. 60–65.

8. Кальней В.А., Шишов С.Е. *Мониторинг качества образования в школе* // Высшее образование сегодня. 2007. № 3. С. 32.

Б.М. ПРАНОВ

**ПОДГОТОВКА КАДРОВ ВЫСШЕЙ
КВАЛИФИКАЦИИ: ВОЗМОЖНОСТИ
РЕАЛИЗАЦИИ PhD-ПРОГРАММ В РОССИИ**

Автор на основании анализа мнения экспертов в области подготовки аспирантов делает выводы о возможности и перспективах реализации PhD-программ в российском высшем образовании.

Ключевые слова: высшее образование, подготовка аспирантов, образовательные программы аспирантуры, PhD-программы.

The article describes the opinions of experts in the field of training of graduate students and tries to draw conclusions about the possibilities and prospects of the PhD-programs in Russian higher education.

Keywords: higher education, training graduate students, post-graduate educational programs, PhD-programs.

В настоящее время наблюдается низкий уровень осведомленности в вопросах различий между российской моделью подготовки аспирантов, совместными аспирантскими программами и программами PhD-подготовки. Однако в России есть университеты, которые, обладая значительными образовательными и исследовательскими ресурсами и имея опыт реализации совместных международных программ, способны готовить специалистов, квалификация которых получит международное признание. Более того, некоторые из таких университетов (к сожалению, их совсем немного) готовы предоставлять образовательные услуги иностранным аспирантам на уровне, сопоставимом с европейскими и американскими университетами.

Эксперты – представители сферы образования – считают, что российский уровень подготовки специали-

стов высшей квалификации в целом все-таки выше, во всяком случае не ниже, чем на Западе. По выражению одного из экспертов (сфера бизнеса), главный инструмент исследований – голова – в России традиционно лучше, а вот внедренческая часть из-за слабой материально-технической базы традиционно отстает, поэтому в стране блестящие результаты на фундаментальном уровне.

По мнению большинства экспертов, систему аспирантуры в России нужно сохранить. Сложившиеся традиции позволяют более качественно готовить специалистов, не следуя технократическим подходам. Хотя, конечно, много проблем и в диссертационных советах, и в работе аспирантур. Но тем не менее они высоко оценивают качество отечественной послевузовской подготовки. Один из экспертов с уверенностью заявил, что степень кандидата в области естественных наук выше, чем соответствующая докторская степень

PhD, и качество диссертаций зависит от ответственности ученых советов.

Один из экспертов (представитель науки), напротив, очень низко оценил уровень подготовки специалистов высшей квалификации: средний уровень кандидатов наук – на уровне дипломников, докторов наук – на уровне кандидатов наук. По его мнению, система послевузовского образования слабеет и разрушается, и основная проблема нынешней аспирантуры – это прежде всего проблема научного руководства.

Редакцией Федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации (в части установления уровней высшего профессионального образования)» устанавливается уровневая модель системы высшего образования. Бакалавриат со сроком обучения 4 года составляет первый уровень, магистратура со сроком обучения 2 года или специалитет со сроком обучения не менее 5 лет – второй уровень системы высшего профессионального образования.

Уровень образования дает право выпускнику занимать должности соответственно квалификационным требованиям. Предполагается, что выпускники бакалавриата вправе претендовать на исполнительские функции в производственной или социально-экономической сфере. Выпускники магистратур могут занимать должности, требующие аналитических и проектных навыков, работать в научно-исследовательской сфере. Выпускники специалитета – претендовать на должности, связанные с анализом, проектированием и организацией работ в определенной сфере.

Переход на каждый новый уровень образования должен осуществлять-

ся на конкурсной основе. В связи с отсутствием регламентации соотношения количества платных и бесплатных мест в учебных заведениях данная норма может привести к сокращению бюджетных мест в вузах. На наш взгляд, необходимо закрепить гарантии доступности для бакалавров дальнейшего обучения в магистратуре и не допускать ограничения возможностей для желающих продолжить обучение в магистратуре на бюджетной основе.

По мнению экспертов, в первую очередь необходима привязка системы подготовки специалистов высшей квалификации к реальной практической деятельности. Пока же система подготовки таких кадров работает на себя: на потоке выдается масса кандидатов наук, фактически просто осваиваются деньги. Обучение в аспирантуре еще более оторвано от практики, чем вузовское. Как правило, аспирант где-то работает, причем чаще всего получается так, что он работает в одной области, а образование получает другое. Эксперты считают, что такую систему подготовки надо менять, добиваясь взаимодействия вузовской аспирантуры с отраслевыми и академическими научно-исследовательскими институтами, с корпоративной наукой, конкретными предприятиями. Деятельность вузов должна быть больше сосредоточена на обучении, а практическая работа аспирантов – в исследовательских центрах. Существует опасность перенесения центра тяжести научно-исследовательской деятельности в вузы, так как получится еще больший отрыв от практики. Есть академические и отраслевые институты, и они должны быть более активно задействованы в подготовке специалистов высшей квалификации. Необходимо,

чтобы специалисты высшей квалификации овладели новейшими передовыми разработками и формами практической работы. Было обращено внимание на то, что будущие кадры высшей квалификации должны не только обладать объемом знаний, но и уметь создавать новые знания, быть способными выстаивать в сложной конкурентной борьбе, реагировать на изменения экономической конъюнктуры.

Один из подходов основан на оценке достижения целей, т.е. процесс обучения позволил приблизиться к намеченной цели. Но и в этом случае есть проблема. Если человек приходит за определенным социальным статусом, то тогда получается, что действующая система подготовки кадров специалистов не очень эффективна. В связи с этим нужны системные показатели, которые измеряли бы достижение цели. Возможно, такие показатели должны быть связаны с квалификацией – достижением определенного набора знаний, умений и навыков. Условно говоря, выпускник, завершивший обучение, должен иметь определенные достижения, например, написать научные статьи, сделать открытия, зарегистрировать изобретения и т.д. Тогда это измерение покажет, насколько обучение способствовало росту результативности его дальнейшей деятельности. В конечном счете нужны показатели, соизмеряющие обучение с последующей деятельностью выпускника-специалиста, а не только показатели, измеряющие процесс обучения. В реальности осуществить это очень трудно, но аспирантура все-таки должна отслеживать развитие своего выпускника, хотя бы в ближайшие годы после выпуска.

Один из экспертов также предложил исходить из конечной цели, для

реализации которой служит образование, – формирование специалистов, способных применять приобретенные в процессе обучения знания, оперативно и гибко реагировать на изменения рыночной среды – и по результатам судить о его эффективности.

Помимо интегральных показателей предлагалось также использовать показатели цитируемости и востребованности результатов; усилить требования, предъявляемые к защите диссертаций, чтобы избежать предоставления научных степеней и званий тому, кто их не заслуживает. Например, количество научных работ должно быть достаточно большим.

Эксперт – представитель сферы управления – считает, что при оценке эффективности системы подготовки специалистов очень многое зависит от национальной политики. Если задать высокие планки повышения конкурентоспособности страны, то будут выработаны и требования к уровню и качеству подготовки специалистов, которые должны жестко коррелировать с достижением высоких результатов.

Считается, что реформирование требуется только по отдельным направлениям системы подготовки кадров. В настоящее время появляется очень много учебных заведений, не всегда отвечающих критериям и параметрам, применяемым к учебным заведениям. Особенно это касается негосударственных вузов, которые наращивают контингент обучающихся, не заботясь о качестве образования. Необходимо ужесточить требования к учебным заведениям на стадии лицензирования и начальном этапе их деятельности. Следует также понять, все ли образовательные учреждения выполняют в полной мере свои функции, свое пред-

назначение. Рост численности специалистов с дипломами ни о чем не говорит. В отношении аспирантуры и докторантуры эти эксперты считают, что в целом отечественная система вполне удовлетворительная. В частности, было указано на необходимость совершенствования номенклатуры специальностей в рамках отдельных направлений подготовки специалистов, а также смягчения требований к публикациям в реферируемых журналах.

По поводу деятельности ВАК позиции экспертов разделились. По мнению одних экспертов (преимущественно тех, кто не связан с образовательной деятельностью), в такой огромной стране, как Россия, деятельность ВАК логично вписана в государственную систему послевузовского образования. Главный недостаток в работе комиссии видится в отсутствии полноценного контроля за выпуском кандидатов и докторов наук: диссертации поставлены на поток, а ВАК стоит в стороне от жизни. Отсутствует строгая фильтрация представленных работ, не утверждается только минимальный процент диссертаций. ВАК не выполняет контрольных функций по отношению к аспирантуре, фактически это организация по утверждению. В результате статус кандидатов и докторов наук обесценивается. Претензии к работе ВАК для этих экспертов не означают отказа от процедуры утверждения диссертаций: это официальный институциональный акт признания научной степени претендента и ВАК действует как институт научного сообщества. Эта позиция в целом была поддержана представителями бизнеса, но одновременно было указано на необходимость регулярной ротации ВАК на условиях выборности.

Преобразование российской аспирантуры не должно препятствовать развитию в России практики реализации отдельных актуальных PhD-программ с присуждением двойных степеней и взаимным признанием квалификаций. Такого рода программы особенно актуальны для приоритетных направлений науки и технологий.

Этот шаг предполагает разработку нормативно-правовых документов, призванных регламентировать процесс реализации совместных международных PhD-программ в России. Финансовая поддержка таких программ со стороны государства должна быть минимальной, доминирующими должны стать внебюджетные средства, в первую очередь средства работодателей, заинтересованных в подготовке специалистов высшей квалификации определенного профиля. К реализации таких проектов важно подключить не только российских, но и ведущих западных ученых и преподавателей. Это будет способствовать привлечению к процессу обучения в совместных программах как российских, так и иностранных аспирантов (докторантов).

Разработка и внедрение структурированных программ предполагают изменение форм управления аспирантской подготовкой в вузах. Речь идет о переходе от кафедроцентричной работы с аспирантами к программному принципу организации и реализации аспирантских программ, что подразумевает формирование центров (дирекций) аспирантских программ. В итоге ответственность за подготовку специалистов будет смещена от кафедр к дирекциям.

Переход к новой модели аспирантских программ предполагает использование различных механизмов и ин-

струментов регулирования подготовки кадров высшей квалификации по целому ряду направлений.

Основными из них являются следующие.

Регулирование на макроэкономическом уровне должно быть нацелено на разработку четких приоритетов в области науки, техники и технологий; организацию мониторинга для оценки потребностей и прогнозирования спроса на специалистов высшей квалификации в соответствии с разработанными приоритетами развития; формирование государственных заданий на подготовку специалистов определенного профиля и уровня квалификации. Требуется обеспечить повышение роли и активное участие работодателей в регулировании процесса подготовки кадров высшей квалификации.

Важным управленческим решением на государственном уровне должно стать разделение вузов на категории: национальные университеты; ведущие вузы, осуществляющие подготовку бакалавров и магистров; вузы, готовящие только бакалавров. Согласно такому решению аспирантские программы будут осуществляться только в национальных университетах, располагающих необходимыми образовательными и научно-исследовательскими ресурсами.

Реформирование аспирантских программ предполагает совершенствование механизмов их финансирования. Распределение бюджетных средств необходимо постепенно переводить на условия открытого конкурса среди учреждений и организаций, имеющих лицензию на осуществление аспирантских программ. Помимо этого к осуществлению аспирантских программ важно шире привлекать средства ра-

ботодателей, заинтересованных в подготовке высококвалифицированных кадров.

Преобразование аспирантских программ предъявляет высокие требования к качеству профессорско-преподавательского персонала. В связи с этим актуализируется задача возрастной ротации научно-преподавательских кадров на основе привлечения и закрепления наиболее способных молодых и зрелых преподавателей и ученых.

Развитие контроля качества послевузовского профессионального образования обеспечивает эффективность системы федеральных государственных образовательных стандартов и системы лицензирования конкретных образовательных программ. Система государственной аттестации, начиная с 2007 г., преобразуется в процесс развития культуры и качества образования на основе самоконтроля вузов. В интересах реального повышения качества образования предстоит расширять контроль со стороны работодателей и общественных организаций.

Нормативно-правовые основы регулирования послевузовского профессионального образования направлены на достижение соответствия международным нормам и стандартам. На уровне федерального законодательства требования должны быть предъявлены не только к структуре основных образовательных программ, но и к условиям их реализации (материально-техническое и информационное обеспечение), а также результатам их освоения (приобретение профессиональных компетенций, навыков и умений). По существу речь идет о включении послевузовского образования в общую систему ФГОС, разработка которых в настоящее время ведется на основе общеевропейской рам-

ки квалификаций и профессиональных стандартов. Разработка ФГОС для аспирантских программ позволит рассматривать их в качестве третьего уровня высшего образования. На уровне отдельных нормативных документов предстоит многое сделать в плане усиления требований к системе аттестации и контроля над процессом подготовки кадров высшей квалификации. Особенно важно обеспечить соблюдение требований, норм и стандартов, закрепленных в законах и нормативно-правовых документах, на практике.

Последовательное реформирование аспирантских программ в указанных направлениях позволит преодолеть

накопившиеся в сфере послевузовского образования деформации и сблизить российские и европейские программы подготовки специалистов высшей квалификации. Итогом такого сближения должно стать взаимное признание российских и европейских квалификаций (степеней), и вопрос о приравнивании (эквивалентности) степени кандидата наук и доктора философии (PhD-степени) будет решен. Представленный подход позволяет сохранить традиционный российский институт докторантуры и, соответственно, степень доктора наук, хотя и этот институт нуждается в совершенствовании.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лоранж П. Новый взгляд на управленческое образование: задачи руководителей / пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004. 400 с.

2. Сенге П., Клейнер А., Робертс Ш. и др. Танец перемен: новые проблемы самообучающихся организаций / пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. 624 с.

3. Сенге П. Пятая дисциплина: искусство и практика самообучающейся организации / пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. 408 с.

4. Пранов Б.М. Методы многомерных статистических исследований. Интернет-

журнал «Технологии техносферной безопасности». 2012. № 6 (46). URL: <http://ipb.mos.ru/ttb>

5. Кубрушко П.Ф. Подготовка научных руководителей и консультантов диссертационных исследований / Инновационные процессы в образовании: стратегия, теория и практика развития: Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции, Екатеринбург, 11–14 ноября 2013 г. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2013. Том. I. 274 с. С. 50–52.

П.И. БАБОЧКИН

**СТУДЕНТ КАК АКТИВНЫЙ СУБЪЕКТ ПОЗНАНИЯ
В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ**

Автор, сравнивая социоцентрический и личностноцентрический подходы к образованию, делает вывод, что в современном высшем образовании студента необходимо рассматривать как активного субъекта образовательного процесса. Предлагаются подходы к созданию социокультурной среды вуза гуманистической направленности и реализации субъектно-центрированного подхода к обучению студентов вуза.

Ключевые слова: высшее образование, профессиональная подготовка студентов, социокультурная среда вуза, субъектно-центрированный подход к высшему образованию.

The author explains the role of a student in contemporary higher education as a subject of the educational process. The author proposes approaches to the creation of social and cultural environment of the university and the implementation of subject-centered approach to teaching the students of the university.

Keywords: higher education, professional training students, socio-cultural environment of the university, new approach to higher education.

Сегодня российское общество находится на переходном этапе своего развития, поэтому оно имеет неустойчивый характер, что особенно проявляется в социально-политической и экономической сферах. Пока еще достаточно четко и однозначно не определена общая стратегия развития Российского государства. В связи с этим требуется особый тип личности молодого специалиста – жизнеспособного в данном обществе, способного к саморазвитию и самореализации, а также социально активного по отношению к развитию социума. При этом специалист должен совмещать высокий уровень своего творческого потенциала и социализации во всех сферах социальной жизнедеятельности, а также иметь социальную ответственность за свое личностное становление и получение высокого качества профессиональ-

ной подготовки. Кроме того, выпускник вуза должен стать полноценным гражданином и быть готов принять на себя ответственность за устойчивое развитие российского общества и государства.

В настоящее время резко возросла роль человеческого фактора в системе образования, а также значимость субъектных качеств личности специалиста, прежде всего, его ответственность за свое саморазвитие и самореализацию.

В педагогике выделяются два основных подхода к образованию:

1) социоцентрический, где главное внимание уделяется социализации, освоению профессии, а затем развитию личности будущего специалиста;

2) личностноцентрический, где основное внимание направлено на выявление специфики личности и развитие творческого потенциала будущего специалиста, а затем на освоение профессии и социализацию.

Социоцентрический подход в системе профессионального образования определяется прежде всего типом общества, где его сохранение и устойчивое развитие обеспечивались за счет совместной деятельности людей, объединенных одной целью, и где проявления индивидуальных особенностей каждого работника в совместной деятельности не требуется.

Общество всегда определяет тип обучения, поскольку оно является субъектом образовательной деятельности и несет ответственность за уровень подготовки специалиста. При этом сам студент в настоящее время в российской образовательной системе практически не несет ответственности перед обществом за качество своего образования, поскольку за уровень качества его образования перед государством более всего отвечают вуз и преподаватели.

Следовательно, по нашему мнению, необходимо разрабатывать и внедрять в систему профессионального образования субъектно-центрический подход к подготовке специалиста, благодаря которому студент становится активным социальным субъектом своего образовательного процесса. Сам социальный субъект, его субъектные качества формируются в процессе деятельности, включая познавательную и предметно-практическую. При этом в числе приоритетных субъектных характеристик социального субъекта выступают не только активная деятельность по преобразованию природы и самого себя, но и его интересы, для реализации которых осуществляется эта деятельность, а также нравственность и осознание самого себя как социального субъекта, т.е. самосознание.

Уровнем субъектной активности специалиста и уровнем качества его

профессионального образования сегодня определяется конкурентоспособность выпускников вузов на современном избыточном рынке труда. Активность личности здесь проявляется как на этапе осознанного выбора профессии, так и на этапе получения профессионального образования и квалификации определенного уровня, востребованного на рынке труда.

Рассматривая становление активной личности студента как процесс, прежде всего следует выделить внутриличностную, деятельностную активность. Она направлена на формирование внутреннего мира молодого человека, его внутренней активности и развитие социально значимых психологических качеств, которые позволят ему стать жизнеспособным в обществе и реализовать себя как самостоятельного социального субъекта своей собственной жизни.

В структуру субъектности личности следует включать и такой системный элемент, как мировоззрение, определяющий смысложизненные приоритеты и социокультурную направленность саморазвития молодого человека. Кроме того, субъектность в данном аспекте обеспечивает психологическую устойчивость человека, развитие его индивидуальности за счет повышения уровня активной деятельности по отношению к собственному бытию и саморазвитию.

В связи с этим для достижения нового качества образования необходимо использовать субъектный подход в образовательном процессе, который рассматривается как познавательный процесс, где студент выступает полноправным субъектом познания и саморазвития. Приоритетной здесь может быть поставлена цель формирования жиз-

неспособной личности, ее социальной активности и ответственности за качество своего профессионального образования.

Следовательно, необходимо определить модель жизнеспособной личности, которая была бы способной стать активным субъектом в социально-экономической и политической жизни общества. В таком случае, формируя модель личности специалиста, нужно учитывать то, что он не только будет осуществлять свою жизнедеятельность в имеющихся социальных и экономических условиях, но и должен быть готов к профессиональной деятельности в новых, пока еще не определенных условиях. В таком случае необходимо формировать у студентов новый тип менталитета, который можно обозначить как вероятностный тип, благодаря которому будущий специалист может достаточно адекватно ориентироваться в поле вероятностного пространства жизни общества и эффективно действовать в этом поле.

В таком случае модель специалиста будет включать личностные социальные качества, систему ценностей и профессиональные способности. Одной из приоритетных целей здесь будет формирование социальной субъектности специалиста, включая социальную активность и ответственность, социальные способности, интерес, лидерство и др. Сюда будет включена ролевая социализация по сферам жизнедеятельности специалиста в обществе: гражданская, семейно-бытовая, правовая, экономическая и др.

Субъектный активный подход к профессиональному образованию будет ориентировать учебный процесс на формирование у будущего специалиста соответствующих способностей:

технологических, творческих, организаторских и других, необходимых специалисту для эффективного выполнения всех видов профессиональной деятельности, определенных должностными обязанностями по данной специальности.

Рассматривая студента в системе образовательной деятельности, можно видеть, что в процессе обучения он выступает в качестве субъекта познания, где элементами познавательной ситуации будут:

- субъект познания – студент;
 - объект познания – содержание всех дисциплин, включенных в ГОС;
 - средства познания – различные носители и трансляторы информации, в том числе преподаватели и образовательные технологии;
 - условия познания – материальные ресурсы, информационное обеспечение, а также социально-психологическая среда вуза и внешняя социальная среда.
- В данном случае студент как активный субъект познания прежде всего должен обладать субъектными качествами как врожденными, так и приобретенными в процессе воспитания в системе образования, среди которых:
- познавательная активность;
 - академические способности;
 - профессиональные задатки и склонности;
 - положительная мотивация на обучение и саморазвитие;
 - система ценностей, ориентированная на освоение профессии.

Эти качества личности должны быть сформированы у абитуриента еще в средней школе, особенно академические способности. Кроме того, необходимо выявить профессиональные задатки и склонности учащихся старших классов в процессе профориентацион-

ной работы, которая должна целенаправленно проводиться в общеобразовательном учебном заведении. Однако в образовательном процессе высшего учебного заведения у студента также необходимо целенаправленно развивать познавательную активность и академические способности, поднимая их на новый качественный уровень, формируя тем самым личностную основу творческого потенциала будущего специалиста.

Важным элементом познавательной ситуации выступают условия познания, которые можно подразделить на три вида: объективные, субъективные и социальные.

Объективные условия выступают одним из определяющих факторов в обеспечении качества образования, и их перечень нормативно закреплён в лицензионных показателях. Объективные и субъективные условия в значительной степени зависят от деятельности самого вуза, его образовательной, экономической и кадровой политики. Социальные условия должны определяться миссией данного вуза в обществе и его влиянием на социальную среду.

Степень соответствия качественных характеристик реального выпускника и его идеальной модели, заложенной в образовательном стандарте, обуславливаются эффективностью образовательного процесса в данном вузе и зависят от качественных и количественных параметров всех элементов, определяющих учебно-воспитательный процесс, в том числе и социокультурной среды вуза, которая также входит в состав условий познания и оказывает большое влияние на познавательную и социальную активность студента. Социокультурная среда вуза – это часть

социальной микросреды, включающей условия, необходимые для получения высшего образования в соответствии с заданными требованиями. Она представляет собой часть вузовской среды, элементы которой ориентированы на формирование потребностей, интересов и ценностей личности, а также ее способностей и личностных качеств в соответствии с общечеловеческими и национальными целями развития.

При этом социокультурная среда вуза выступает как совокупность всех элементов, воздействующих на процесс гуманитарного образования и социокультурного формирования личности студента, включая материальный и духовный компоненты социальной микросреды вуза. Она является той неповторимой средой, присущей каждому конкретному вузу, где происходит социальное и профессиональное становление личности, и которая определяет направленность будущей профессиональной и гражданской деятельности специалиста.

В процессе получения высшего образования влияние социокультурной среды вуза проявляется в следующих аспектах:

- мировоззренческом: для формирования гуманистического отношения к окружающему миру и к самому себе, освоения гуманистических нравственных ценностей и норм, художественно-эстетических взглядов;
- социализации личности: для освоения социально значимой информации и навыков деятельности в различных сферах социокультурной жизни общества (культурно-досуговой, семейно-бытовой и т.п.);
- становлении гражданских качеств, развитии способностей и реализации творческого потенциала личности;

• мотивационном: для создания положительной установки на освоение профессионально-образовательной программы, выявления и развития способностей и освоения различных форм социокультурного опыта.

Следовательно, для реализации задач повышения качества образования необходимо формировать социокультурную среду гуманистической направленности, определив при этом систему показателей, отражающих параметры элементов данной среды, обеспечивающих благоприятные условия и социально-психологическую комфортность для удовлетворения учебно-научных, культурно-досуговых и бы-

товых потребностей студентов и преподавателей.

Реализация субъектно-центрированного подхода в системе высшего профессионального образования позволит поднять на более высокий уровень качество подготовки специалистов, ответственных за свое обучение и личностное саморазвитие. Кроме того, становится возможным реальное развитие демократического общества в России за счет социально активных специалистов, которые могут выступать как организаторы и лидеры в реализации различных социальных инноваций, направленных на возрождение России как великой мировой державы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кульневич С.В. Педагогика: Личность в гуманистических теориях и системах воспитания. М., 1998.

2. Роджерс К.Р. Личные размышления относительно преподавания и учения // Открытое образование. 1993. № 5–6.

3. Подлиняев О.Л. Личностно-центрированный подход как альтернатива технологи-

зации современного образования // «Magister Dixit». Научно-педагогический журнал Восточной Сибири. 2012. № 2.

4. Махотин Д.А. Проектный подход к технологиям обучения в системе высшего профессионального образования // Качество. Инновации. Образование. 2005. № 1. С. 11–21.

УДК 377:392.7

Е.В. СУББОТИНА, В.М. ИЩЕНКО

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

Авторы рассматривают особенности перехода высшего образования на новую концепцию стандартизации высшего образования и соответствующие изменения в разработке основных профессиональных образовательных программ. Рассматриваемые изменения направлены на повышение качества профессионального образования и подготовку выпускников к дальнейшей профессиональной деятельности.

Ключевые слова: высшее образование, ФГОС высшего образования, основные образовательные программы, качество профессиональной подготовки, комплекс оценочных средств.

In this article the authors examine the features of the transition of higher education on the new concept of standardization of higher education and the changes in the development of basic professional educational programs.

Keywords: higher education, standards of higher education, basic education programs, the quality of training, complex assessment tools.

Генезис образовательного стандарта представляет собой эволюцию способов нормирования образования и образованности. Новая культура проектирования образования стала складываться в середине прошлого века, тогда же проблема стандартизации приобрела международный характер. В настоящее время нет ни одного государства с развитой системой профессионального образования, которое бы в какой-либо форме не предъявляло определенных требований к качеству ее функционирования. Как правило, эти требования закрепляются в документах, имеющих основное значение для деятельности образовательной системы, и поэтому воспринимаются ею как социально заданные нормы. Для педагогической науки проблема стандартизации имеет особое значение, поскольку образовательный стандарт выступа-

ет системообразующей моделью образования, в которой целостно отражены все аспекты образования: целевые, ценностные, смысловые, деятельностные, содержательные, процессуальные и организационные.

В рамках действующей образовательной системы понимание стандарта соотносится с эталоном, а именно с условиями, которые могут быть созданы образовательной системой для обеспечения нормального развития (обучения, воспитания) человека в соответствии с его природой. Объяснение стандарта с таких позиций предполагает, что это не только перечень знаний, навыков и умений, которые должен обязательно приобрести обучаемый к определенному моменту времени, но и общий ориентир для самооценки возможностей вхождения в ту или иную социально-образовательную среду. Обязательными функциями стандарта являются обеспечение един-

ства образовательного пространства и определенной степени эквивалентности образования, объективной оценки функционирования образовательной системы, ее управляемости и качества подготовки выпускников [3].

Государственные образовательные стандарты 2-го поколения ориентированы на информационно-знаниевую модель высшего образования. В этой модели основной акцент делается на формирование определенного перечня дисциплин, их объемов и дидактических требований к содержанию. Предлагаемый подход не позволяет реализовать в данных стандартах наметившиеся в мире современные тенденции к проверке уровня образования владениями и компетенциями, т.е. увязывать полученные знания и умения с их применением в профессиональной деятельности.

Переход на новую концепцию стандартизации высшего образования – введение федерального государственного образовательного стандарта высшего образования с двухуровневой системой образования – связан с необходимостью качественного обновления российской системы образования, обусловленного переходом образовательной системы на международные стандарты. Интеграция российского образования в мировую практику образования привела к радикальному изменению построения стандарта: определяющим его содержание становится компетенция – способность применять знания и умения для успешной профессиональной деятельности. Под компетенциями понимаются многоплановые и многоструктурные характеристики качества подготовки обучающихся, которые не могут быть в полной мере стандартизированы, так как

тяжело поддаются описаниям и измерениям. Трудность здесь видится в том, что компетенцию нельзя трактовать как сумму предметных знаний и умений. Вероятнее всего – это приобретаемое в результате обучения новое качество, интегрирующее междисциплинарные знания и умения с набором характеристик качества подготовки, в первую очередь со способностью применять полученные знания и умения на практике в будущей профессиональной деятельности выпускника туристского вуза. В связи с этим следует задуматься и о проблемах оценки приобретенных в результате обучения компетенций [2, 5].

Европейская система профессионального образования в сфере менеджмента гостиничного и ресторанного бизнеса развивалась именно в рамках уровневых образовательных программ. Начальная образовательная ступень предполагает получение сертификата или иного документа, удостоверяющего получение рабочей квалификации в сфере гостеприимства. Следующая образовательная ступень – получение диплома, аналогичного диплому о среднем профессиональном образовании в России, позволяет соискателю претендовать на должности младшего управленческого звена. Высшее образование в сфере гостеприимства осуществляется в форме бакалавриата (от 2 до 4 лет в разных странах) и магистратуры (как правило, до 1 года). Во многих европейских странах предлагаются последипломные программы для тех, кто уже имеет высшее образование.

Ядром концепции стандартизации профессионального туристского образования должны выступать систематизированные профессионально-квали-

фикационные требования к работникам сферы гостеприимства, соответствующие изменяющимся потребностям отрасли в знаниях, умениях и навыках выпускников и способствующих формированию личности во всех ее проявлениях [4].

С целью определения компетенций, необходимых для профессионала в сфере гостеприимства, Министерством образования и науки России совместно с Российским союзом туристских агентств и Российской гостиничной ассоциацией были проведены исследования, позволившие установить, что в настоящее время отрасли необходимы кадры с высшим и средним профессиональным образованием различных квалификаций. Не менее 50% общего количества работников сферы гостеприимства должны составлять работники с высшим образованием, способные выполнять все должностные обязанности, предусмотренные для должностей второго и третьего квалификационного уровней, т.е. бакалавры, не претендующие на занятие управленческих должностей. Около 15–20% работников данной сферы должны быть с высшим образованием (магистры) и быть способными выполнять все должностные обязанности, предусмотренные для должностей третьего и четвертого квалификационного уровней и претендующих на занятие управленческих должностей, а также быть готовыми к разработке и внедрению инноваций, постановке и реализации стратегических задач развития [1].

В основной профессиональной образовательной программе (ОПОП) «Менеджмент гостиничных и ресторанных предприятий», разработанной на основании ФГОС ВПО по направлению подготовки «Менеджмент», определе-

ны профессиональные компетенции, которые обеспечивают знания, умения и навыки, необходимые для осуществления перечисленных выше видов деятельности.

Каждая компетенция выпускника обеспечена определенным набором дисциплин и должна соответствовать уровню приобретаемых компетенций. В ФГОС ВПО определен перечень дисциплин базовой части основных учебных циклов и сформулированы требования к результатам их освоения (в форме знаний, умений и навыков). Данный стандарт также предусматривает критерии обеспечения гарантии качества подготовки бакалавров и магистров путем детальной регламентации требований к кадровому обеспечению учебного процесса, учебно-методическому и информационному обеспечению учебного процесса и материально-техническому обеспечению.

Согласно классическим дидактическим установкам содержание профессионального образования раскрывается с помощью унифицированных компонентов и обеспечивает необходимый уровень его дифференциации. Такой подход позволяет формировать необходимую учебно-методическую документацию как целостную структуру с соблюдением принципа непрерывности профессионального образования и при этом учитывать интересы конкретного направления (вида деятельности).

Компетентностный подход предполагает обязательное использование кредитов (зачетных единиц) как меры академических успехов студентов. В кредитах выражается трудоемкость учебной работы, они определяют время, необходимое для освоения опреде-

ленного учебного материала. Накопительная система кредитов охватывает все виды учебной работы, включая производственную практику, лабораторную и научно-исследовательскую работу, а также различные аттестационные мероприятия. Модульные технологии в ФГОС ВПО третьего поколения играют ведущую роль, так как модуль в рамках всей образовательной программы выполняет целостную функцию.

В принципе, такая система открывает вузам значительно больший простор для самостоятельной разработки учебных курсов и определения содержания образования. Повышая академическую свободу вузов, модульные технологии в то же время стимулируют развитие внутривузовского контроля за качеством образования. При таком подходе приобретенные компетенции проверяются не только во время итоговой аттестации, но и после изучения каждого отдельного модуля. Кроме того, модульная система лучше отражает взаимосвязи изучаемых курсов и подчеркивает междисциплинарный характер содержания образования.

Порядок создания фонда оценочных средств для государственной итоговой аттестации выпускников вузов регламентируется Положением о государственной итоговой аттестации РМАТ, разработанным на основе Федерального закона от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» и Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 19.12.2013 г. № 1367. В соответствии с данным документом в состав фонда оценочных средств должны входить:

- программа итогового экзамена;
- совокупность заданий, предназначенных для оценки знаний выпускника на экзамене, и критерии их оценки;
- методические материалы, определяющие процедуру проведения экзамена и оценки выпускной квалификационной работы.

Анализ комплекса оценочных средств итоговой аттестации студентов по ОПОП «Менеджмент гостеприимства» (ГОС ВПО) с точки зрения их компетентностной ориентации показал, что используемые в данной ОПОП оценочные средства итоговой аттестации студентов не могут быть использованы при оценке ОПОП «Менеджмент гостиничных и ресторанных предприятий» (ФГОС ВПО). Из-за возрастающих требований к компетенциям выпускника следует особое внимание уделить разработке инструментария для проверки освоения студентами знаний, умений и навыков, используя не только классические виды контроля в виде экзамена и зачета, но и оценку формирования компетенций путем решения специальных практико-ориентированных задач, проблемных ситуаций. Оценочные средства, сопровождающие реализацию ОПОП ФГОС ВПО, являясь неотъемлемой частью образовательных технологий, в том числе инновационных, должны быть эффективным средством не только оценки, но и главным образом реализации процесса обучения.

Согласно требованиям ФГОС ВПО направления подготовки «Менеджмент» вуз обязан обеспечивать гарантию качества подготовки, в том числе путем:

- разработки стратегии по обеспечению качества подготовки выпускни-

ков с привлечением представителей работодателей;

- мониторинга образовательных программ;
- разработки объективных процедур оценки уровня знаний и умений обучающихся, компетенций выпускников;
- обеспечения компетентности преподавательского состава;
- регулярного проведения самообследования по согласованным показателям для оценки деятельности (стратегии) и сопоставления с другими образовательными учреждениями с привлечением представителей работодателей;
- информирования общественности о результатах своей деятельности, планах, инновациях.

Для этих целей наиболее действенной является балльно-рейтинговая технология оценки достижений обучающихся, позволяющая осуществлять непрерывный мониторинг за обучением студента в течение семестра и дифференцировать оценку в зависимости от уровня знаний. Применение

балльно-рейтинговой технологии способствует регулярной и целенаправленной самостоятельной работе студентов по освоению отдельной дисциплины и ОПОП в целом, дает возможность постоянного контроля за успеваемостью самими студентами и преподавателями, повышению качества обучения и прочности знаний студентов.

Необходимо максимально использовать электронные оценочные средства, которые рекомендуется размещать в интернет-среде и осуществлять автоматизированный контроль итогов работы студентов с ними. Новые оценочные средства должны проходить экспертизу, как правило, работодателями, по результатам которой составляется заключение о возможности использования их в учебном процессе.

Все это в конечном счете должно обеспечить не только эффективную оценку качества реализации образовательного процесса, но и степень подготовленности выпускников к дальнейшей профессиональной деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зайцева Н.А., Огнева С.В., Субботина Е.В. и др. Социально-экономический механизм формирования и обеспечения качества рабочей силы туристской индустрии: монография. М.: ФГБОУ ВПО «РГУТиС», 2012.

2. Ефремова Н.Ф., Казанович В.Г. Оценка качества подготовки обучающихся в рамках требований ФГОС ВПО: создание фонда оценочных средств для аттестации студентов вузов при реализации компетентностно-ориентированных ООП ВПО нового поколения: Установочные организационно-методические материалы тематического семинарского цикла. М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2010.

3. Проектирование основных образовательных программ вуза при реализации уровневой

подготовки кадров на основе федеральных государственных образовательных стандартов / под ред. С.В. Коришнова. М.: МИПК МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2010.

4. Субботина Е.В. Научно-методические подходы к формированию государственных требований к качеству подготовки специалистов для туристской индустрии: монография. М.: МПГУ, ФГОУ «РГУТиС», 2010.

5. Куцёв Н.П., Махотин Д.А. Проектирование основных образовательных программ на основе ФГОС нового поколения // Вестник РМАТ. 2011. № 2 (2). С. 91–96.

6. Кальней В.А., Шишов С.Е. Мониторинг качества образования в школе // Высшее образование сегодня. 2007. № 3. С. 32.

С.В. ИЛЬВИЦКАЯ, А.В. СМИРНОВ

**РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ
ИНФРАСТРУКТУРЫ С ЦЕЛЬЮ СОХРАНЕНИЯ
ИСТОРИКО-АРХИТЕКТУРНОГО
НАСЛЕДИЯ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ**

Рассматривается проблема сохранения объектов историко-архитектурного наследия туристских дестинаций путем создания культурно-досуговых центров с multifunctional инфраструктурой. Формулируются факторы, определяющие структурно-функциональную организацию данных культурно-досуговых центров.

Ключевые слова: туристская дестинация, архитектура, памятники архитектуры, культурно-досуговый центр, сохранение историко-культурного наследия.

The paper considers the problem of preservation of historical and architectural heritage through the creation of cultural and recreational center with multifunctional infrastructure. The author indicates the factors that determine the structural and functional organization of the data of cultural and leisure centers.

Keywords: tourist destination, architecture, cultural and recreational center, preservation of historical and cultural heritage.

Развитие регионального туризма в нашей стране стимулировали возросший интерес к национальной культуре и увеличение мобильности населения. Объекты историко-архитектурного наследия как памятники отечественной культуры выступают «точками роста» – центрами развития данного вида туристской активности – и представляют современные туристские дестинации. Это приводит к активному развитию культурно-досуговой инфраструктуры в окружающем памятник пространстве – исторической среде. Следует подчеркнуть, что инвестиции в развитие данной инфраструктуры в основном частные, а государство выступает как гарант сохранности самого объек-

та историко-архитектурного наследия. Накопившиеся за время экономического спада проблемы в сфере культуры значительно превысили возможности финансирования из федерального бюджета средств и мер, направленных на сохранность всего разнообразия памятников историко-архитектурного наследия России.

В настоящее время под охраной государства в Российской Федерации находится около 80 тысяч памятников истории и культуры, в том числе свыше 30 тысяч памятников архитектуры, 19 тысяч памятников археологии, 25 тысяч исторических памятников. Однако использование историко-архитектурного наследия в культурно-досуговых целях в нашей стране слабо развито. Значительная

часть объектов историко-архитектурного наследия находится на грани исчезновения.

В связи с этим современная российская практика сохранения культурного наследия переориентируется на инвестиционную привлекательность самих объектов историко-архитектурного наследия и, как следствие, опирается на их включение в повседневную жизнь населения, формирование на их основе единого культурного пространства и создание современных культурно-досуговых центров с многофункциональной инфраструктурой в исторической среде. Растет типовое разнообразие историко-архитектурных памятников, задействованных в культурно-досуговой жизни населения.

Большая часть существующей культурно-досуговой инфраструктуры в исторической среде сформировалась в последние два десятилетия и часто имеет стихийный, беспорядочный характер архитектуры. Это приводит к потере ряда визуально-эстетических и физико-технических качеств самих объектов историко-архитектурного наследия. Следует отметить, что значимость историко-культурного потенциала объекта наследия определяется не сохранностью отдельно стоящего здания, сооружения и др., а целостностью пространства окружения памятника – исторической среды (его ландшафты и экологический компонент проектируемого объекта, культура и традиции местного населения и др.).

В связи с этим перед архитектором встает вопрос о решении объемно-пространственного и планировочного взаимодействия архитектуры нового культурно-досугового центра и окружающей его исторической среды, при котором культурная целостность объ-

екта историко-архитектурного наследия не разрушается.

Специфика использования объектов историко-архитектурного наследия включает две, порой взаимоисключающие, задачи: во-первых, сохранение самого памятника, его архитектурных и художественных достоинств, градостроительного значения, а также его значения в окружающей исторической и природной среде; во-вторых, организация в объекте культурного наследия в соответствии с современными потребностями общества определенного функционального процесса при условии соблюдения всех функциональных, технологических, эксплуатационных требований, предъявляемых к проектируемому процессу.

Успешное решение данных задач, обеспечивающее целостность исторической среды, возможно при учете трех групп факторов: историко-архитектурных, художественно-эстетических и социокультурных, которые будут определять структурно-функциональную организацию культурно-досуговых центров как механизма сохранения историко-архитектурного наследия.

■ Историко-архитектурные факторы

Фактор статуса памятника историко-архитектурного наследия определяет территориальное расположение и технические приемы создания культурно-досугового центра в исторической среде. Статус памятника историко-архитектурного наследия на законодательном уровне требует регламентации нового строительства в его окружении, исходя из соблюдения следующих зон:

1. Охранная зона. Новое строительство запрещено. В данной зоне культурно-досуговый центр возмож-

но организовать только в результате воссоздания с частичной модернизацией утраченных объектов историко-архитектурного наследия либо, при плачевном техническом состоянии объекта историко-архитектурного наследия, его реставрации/реконструкции и приспособления к соответствующим функциональным процессам.

В данной зоне наиболее часто встречаются культурно-досуговые центры в виде здания в составе существующего исторического ансамбля.

2. Зона регулируемой застройки. Новое строительство возможно при соблюдении охранных регламентов, направленных на сохранение исторической среды на момент ее музеефикации:

1. В данной зоне рекомендуется размещение культурно-досуговых центров смешанного типа, включающих здания и открытые пространства.

2. Отсутствие охранных и регулируемых зон. Подразумевает новое строительство и создание культурно-досуговых центров открытого типа.

Фактор морфотипа исторической застройки требует предпроектного анализа художественного образа существующей застройки и ландшафта для понимания масштаба допустимости его изменения при строительстве нового культурно-досугового центра.

Морфотип культурно-досугового центра должен формироваться на основе художественных тем, существующих в данной исторической среде.

■ Художественно-эстетические факторы

Диктуют необходимость предпроектного анализа смыслового, художественно-эстетического значения архитектуры объекта историко-архитектурного наследия и на основе его ре-

зультатов определяют архитектурные средства визуально-ландшафтной выразительности культурно-досугового центра в исторической среде.

Художественно-эстетические факторы включают:

- фактор композиционной и семантической роли существующей исторической застройки, определяющий необходимость вынесения фасадов здания (зданий) культурно-досугового центра к красным линиям, требования по формированию доминант и зрительных осей;

- объемно-планировочные требования к застройке участка, в том числе: объемно-планировочный тип проектируемой застройки; варианты гештальт-типов, допустимых для проектируемого участка; увязку с высотами и силуэтом окружающей застройки (если она имеется); увязку с характером окружающего ландшафта, допустимую степень его изменения; установление зон влияния объектов на окружающее пространство ландшафта и застройки и характера регулирования возникшей в ходе осуществления проекта застройки в сложившемся ранее и формируемом морфотипах застройки по утвержденному генплану и градостроительному регламенту; необходимость создания архитектурного ансамбля;

- согласование художественных тем, модулей, пропорционального строя цветового и композиционного решения объектов существующей и формируемой застройки;

- ориентационные (навигационные) задачи проекта;

- предписываемые характеристики формируемого окружения в соответствии с их морфотипом (в том числе малые архитектурные формы) и ландшафтом, в частности ориентационные

(навигационные) задачи и характер посадок, дорог, проездов и пешеходных трасс;

- предписание применения уже существующих в облике застройки художественных тем;

- допустимую или требуемую степень инновации как по образному решению, так и по применяемым материалам и конструкциям;

- требования к составу и семантическому содержанию применяемых в художественном решении символов, состав обязательных и рекомендательных символов, этические требования;

- требования визуального, в том числе композиционного комфорта, допустимые варианты композиций и художественных тем, этические требования. Степень активности архитектурной пластики, наличия декора и скульптуры, цветовые ориентационные и художественные требования;

- необходимость акцентации различных функциональных и коммуникационных зон застройки и поддержания их архитектурного образа.

■ Социокультурные факторы

Определяют инфраструктуру функциональных зон и помещений культурно-досугового центра (КДЦ) на основе предпроектного анализа культурно-досуговых потребностей групп

пользователей данного КДЦ. Целостное представление об объектах историко-архитектурного наследия и социокультурных потребностях российского общества позволяет определить механизм сохранения историко-архитектурного наследия – функционально-структурную организацию культурно-досуговых центров в исторической среде, архитектурно-планировочные решения которой обусловлены критериями оценки следующих факторов:

- историко-архитектурных, определяющих механизм сохранения исторической среды (реставрация, реконструкция, реновация, воссоздание с частичной модернизацией и др.) – охранных зон, зон регулируемого строительства и др.), развитость культурно-досуговой и туристской зон;

- художественно-эстетических, диктующих необходимость предпроектного анализа смыслового, художественно-эстетического значения архитектуры объекта историко-архитектурного наследия, и на основе его результатов определяющих архитектурные средства визуально-ландшафтной выразительности КДЦ в исторической среде;

- социокультурных, определяющих инфраструктуру функциональных зон и помещений КДЦ в данной туристской дестинации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Иконников А.В. *Архитектура и история*. М.: *Архитектура*, 1993.

2. Ильвицкая С.В. *Архитектура православных монастырей: традиции и современность*. К., 2008.

3. Ильвицкая С.В. *Эволюция православной культовой архитектуры*. М.: ГУЗ, 2011.

4. Лимонад М.Ю. и др. *Проблемы композиции в архитектуре и дизайне среды: учеб. пособие для вузов*. М.: МаВР – ГУЗ, 2012.

5. СП 35-103-2001 «Общественные здания и сооружения, доступные маломобильным посетителям».

6. СП 35-101-2001 «Проектирование зданий и сооружений с учетом доступности для маломобильных групп населения. Общие положения».

7. Сесёлкин А.И., Рассохина Т.В. Анализ критериев устойчивого развития туристских дестинаций // *Вестник РМАТ*. 2013. № 2 (8). С. 28–32.

О.В. КРУГЛОВА, М.Г. КАГАНОВИЧ-МИНЕРВИНА

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ АРХИТЕКТУРНОЙ СРЕДЫ
В ТУРИЗМЕ НА КАФЕДРЕ ДИЗАЙНА
АРХИТЕКТУРНОЙ СРЕДЫ**

Авторы раскрывают опыт организации процесса проектирования архитектурной среды в туризме на кафедре дизайна архитектурной среды РМАТ.

Ключевые слова: проектная деятельность студентов, дипломное проектирование, архитектурная среда, архитектурно-дизайнерский проект.

The authors reveal the experience of the designing of the architectural landscape in tourism on the chair of design of architectural landscape RIAT.

Keywords: project of students, graduate engineering, architectural landscape, architectural design project.

В связи с главным направлением деятельности РМАТ на кафедре дизайна архитектурной среды (ДАС) уделяется основное внимание проектированию архитектурной среды в туризме. При создании крупных туристских комплексов уже давно закладывается огромное разнообразие типов жилых и общественных зданий и видов среды. В рекреационные комплексы объединяются гостиничные корпуса повышенной этажности с ресторанами, конференц-залами, офисными пространствами в едином сооружении, малоэтажные здания мотелей, коттеджная застройка, на территории имеются спортивные комплексы, бассейны, зоны отдыха, отдельно стоящие сооружения с внутренним зальным пространством, пляжная инфраструктура и многое другое.

Для того чтобы на старших курсах приступить к проектированию туристского комплекса и всей его среды, сту-

денты изучают и проектируют здания тех типов, которые и составляют крупный туркомплекс. Например, курсовое проектирование жилых блокированных домов дает студенту знания о том, как создать тип жилища, наиболее соответствующий функции рекреационного мотеля. В каждом архитектурном курсовом проекте дизайнерскими составляющими являются проекты интерьеров здания и ландшафта его генерального плана. Начиная с небольших фрагментов интерьерной и ландшафтной среды, переходя ко все более сложным и развитым объектам, постигая теоретические и исторические основы профессии, студенты в итоге становятся специалистами, способными творчески справиться со сложнейшими задачами средового проектирования, и часть из них выбирают темой дипломной работы именно туристскую среду.

Дипломный проект рекреационного туристского комплекса включает архитектурно-планировочные решения, генеральный план, разработку интерьеров, все смежные разделы проекта

(сметы, конструкции, отопление и вентиляция и т.д.) и пояснительные записки (предпроектное исследование и проект).

Проектирование начинается с выбора и оценки территории строительства. Место проектирования выбирает сам дипломник в соответствии с потенциалом территории. Оцениваются ее географическое положение и климат, возможности оздоровления отдыхающих благодаря близости водоемов (моря, озера, реки), источников минеральных вод, полезных грязей, гейзеров (например, был проект на Камчатке), горного туризма, развития спортивных сооружений. Но это еще далеко не все в оценке территории.

В проектной работе необходимо оценить эстетические качества окружающего ландшафта для создания таких дестинаций, как туристские тропы, обзорные площадки и места привалов, пляжи и инфраструктура побережья и т.д. Наиболее драгоценными считаются ландшафты с разнообразными видами, «кулисностью», открывающимися визуальными перспективами. Внимательно изучается транспортная доступность территории (автодороги, железнодорожные станции вблизи, водные пути), возможность подведения инженерных сетей, близость городской инфраструктуры.

Чрезвычайно важно и то, насколько турист, отдыхая, получает возможность познавательного туризма, новых ярких исторических и этнографических впечатлений. Дипломники изучают историю и «дух места» выбранной территории, наличие поблизости исторических городов, памятников архитектуры и культуры. Все экскурсионные маршруты в идеале разрабатываются архитектором (в партнерстве с

историками), так как только профессионал в вопросах создания и восприятия среды способен правильно наметить оси движения в исторической среде, точки и ракурсы обзора.

Одновременно с оценкой места проектирования комплекса архитектор-дизайнер уже на этом этапе начинает разработку концепции объемно-пластического решения комплекса, генерального плана, стилевых приемов. В связи с этим в предпроектном исследовании ему необходимо всесторонне изучить аналоги, существующие в мировой практике, причем по нескольким разным направлениям.

Во-первых, рассматриваются аналоги функциональные, т.е. проекты и постройки, близкие по назначению. Таким образом студент углубляет знания по обеспечению технологий туристских объектов и комфорта пребывания в них.

Во-вторых, уже представляя себе в общих чертах идею и концепцию проекта, студент стремится создать эмоциональный строй проектируемой среды для обеспечения особого эмоционального и душевного состояния пользователя. Он должен найти примеры архитектурной среды, вызывающие аналогичные эмоции, прочувствовать, за счет чего эти объекты оказывают такое влияние, какие профессиональные средства применяются в мировой практике, в работах великих современных мастеров архитектуры и дизайна среды. Если дипломник принимает решение проектировать комплекс в определенном стиле, он должен изучить черты стиля и примеры работы в этом стиле или архитектурном направлении.

В то же время автор проекта задумывает конструктивные решения и обя-

зан рассмотреть проекты и постройки с аналогичными конструкциями, особенно если он претендует на новаторство в этой области.

Очень важно скрупулезно изучить архитектурные нормы и правила проектирования гостиничных и туристских комплексов, действующие в нашей стране. Проект должен полностью им соответствовать.

При разработке концепции функционально-пространственной организации рекреационной среды комплекса, становлении его генерального плана и дальнейшего проектирования объектов автор должен продолжать поиск образных прототипов среды, уточнять идею, углубляясь в ее тематизацию и метафоризацию. На этапе формообразования стремление к созданию средового ансамбля приводит к постоянному проектному анализу, который проводится согласно принципам гармонизации проектных решений, правилам композиции в архитектуре и дизайне архитектурной среды. На этой стадии проектирования дипломник проявляет полученное за годы обучения понимание законов формирования архитектурно-пространственных условий для реализации размещенных здесь функций и отвечающих им средовых состояний. В строении форм он широко использует изученные на смежных дисциплинах выразительные возможности других видов искусства: графические, объемно-пластические, живописно-колористические, пространственные, вербальные.

В ходе конкретизации проектных идей автор постоянно отслеживает три класса целевых установок: эмоциональную ориентацию среды, ее масштабность и тектоническую организа-

цию. Эмоциональная ориентация как совокупность ожидаемых и фактических эмоционально-чувственных характеристик произведения дизайна рекреационной среды – это отдых, камерность, умиротворение, но одновременно и радость, развлечения, динамичность. Это и есть конечный результат эскизного проектирования средового объекта. Проверить выразительность и точность идеи проектировщик может с помощью макетов, моделей, перспектив, разверток и других форм представления проектного материала.

Пройдя этап разработки и утверждения генерального плана, дипломник приступает к архитектурному объемно-планировочному проектированию отдельных составляющих туристского комплекса. В большинстве дипломных проектов – это главное здание с зоной приема, ресторанами и кафе, магазинами, административной группой и жилыми этажами соответствующей инфраструктуры; сооружения зоны мотеля, коттеджи, отдельно стоящие зальные здания, спортивные сооружения. Уточняются их конструкции, разрабатываются поэтажные планы, разрезы, фасады, т.е. все необходимые проекции. Идет поиск средовых и ландшафтных дизайнерских решений территории комплекса и элементов, связанных с окружающим природным ландшафтом: открытых бассейнов, спортивных площадок, пляжной инфраструктуры, площадок для отдыха и развлечений, открытых амфитеатров, солнцезащитных покрытий, пешеходных связей, малых архитектурных форм, туристских троп, видовых площадок, причалов и т.д. В итоге складывается единый средовой ансамбль, несущий запрограммированный эмоциональный строй.

Но рекреационная среда воспринимается туристом на макроуровне не только открытых пространств, но и в жилых и иных по функции пространствах интерьеров. В связи с этим в дипломной работе серьезное внимание уделяется проектированию дизайна основных внутренних пространств комплекса. Разрабатываются интерьеры входной зоны, залов ресторана, атриумов, гостиничных номеров и холлов, коттеджей и конференц-залов. Продумывается их композиция и стиль, тематизация, образный строй. Решаются задачи создания «пространственных переживаний» ансамбля с помощью таких направлений дизайнерской деятельности, как интерпретация его функциональных процессов и систематизация форм оборудования и предметного наполнения интерьеров.

Таким образом, вся совокупность действий, направленных на получение целостного результата, т.е. комплексность проектирования, – это обязательное условие проектного формирования среды. Наконец, важнейшую роль играет композиция визуальной подачи проекта и для защиты дипломной работы, и, в дальнейшем, для взаимодействия с заказчиком. Профессиональный графический дизайн подачи проекта, грамотная визуализация достигаются в процессе обучения на основе подачи каждого курсового

проекта (по два-три в семестре за все 5 лет) по дисциплине «Архитектурно-дизайнерское проектирование». Оценка дипломной работы складывается на базе впечатляющей визуальной подачи проекта на 10–12 планшетах размером 1 1 м, грамотной профессиональной защиты диплома и двух томов иллюстрированной пояснительной записки. Начиная с первого выпуска (2010 г.), дипломные проекты кафедры ДАС получают дипломы I и II степени на ежегодном Международном конкурсе архитектурных и дизайнерских дипломных работ.

Если итогом обучения в РМАТ является крупный комплексный архитектурно-дизайнерский проект, то в дальнейшей профессиональной работе наши выпускники становятся авторами высококачественных произведений средового искусства. Дизайн среды есть именно искусство, т.е. решение художественных и эстетических задач, а также создание новых оттенков в образе жизни человека и общества. Для того чтобы человек ощутил среду как нечто желанное, близкое его сердцу – нужен художник, поскольку эстетическое начало концентрирует в своих показателях (композиция, соразмерность, архитектоника) интегральные ожидания потребителя, по которым он и оценивает качество средового ансамбля.

ЛИТЕРАТУРА

1. Махотин Д.А., Юркина Л.В. *Формирование культуры исследователя в проектной деятельности будущих технологов // Вестник Московского университета МВД России. 2012. № 4. С. 194–196.*
2. Кубрушко П.Ф. *Дидактическое проектирование: учебно-практическое пособие. М.:*

ФГБОУ ВПО МГАУ, 2013.

3. Кальней В.А., Матвеева Т.М., Мищенко Е.А., Шишов С.Е. *Структура и содержание проектной деятельности // Стандарты и мониторинг в образовании. 2004. № 4. С. 21–26.*

И.Е. ЛУНКАРЬ

КОНЦЕПЦИЯ ПОСТРОЕНИЯ АРХИТЕКТУРНО-ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СРЕДЫ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

Автор предлагает комплексный подход к построению архитектурно-пространственной среды объектов туристской дестинации, который реализуется в процессе выполнения проектов студентами кафедры дизайна архитектурной среды РМАТ.

Ключевые слова: туристская дестинация, инфраструктура туристской дестинации, проектная деятельность, архитектурно-пространственная среда.

The author offers a comprehensive approach to the construction of architectural environment of a tourist destinations, which is realized by the implementation of projects of the students of the chair of design of architectural environment of RIAT.

Keywords: tourist destination, tourist destination infrastructure, project in tourism, architectural environment.

В настоящее время туризм является одной из наиболее мощных, динамично развивающихся и высокодоходных отраслей мировой экономики; выступает в числе важнейших факторов социально-культурного развития территорий, способствующих повышению уровня и качества жизни населения.

В связи с этим представляется уместным говорить о необходимости поиска новых подходов к пониманию места и роли туристско-рекреационных услуг в процессах социально-экономического и территориального развития, формирования на их основе территориально-производственных комплексов, создания новых туристских центров и дальнейшего инновационного развития уже существующих туристских территорий.

Возникает необходимость совершенствования процессов организации

сферы туристских услуг как системообразующих факторов развития территории.

Освоение пространств и ресурсов обширной территории России является ключевым направлением развития в XXI в. Широкая палитра нетронутых антропогенным воздействием ландшафтов, экзотичность и экстремальность маршрутов, поражающих громадностью территории, уникальностью природных объектов, может быть основой развития туризма региона.

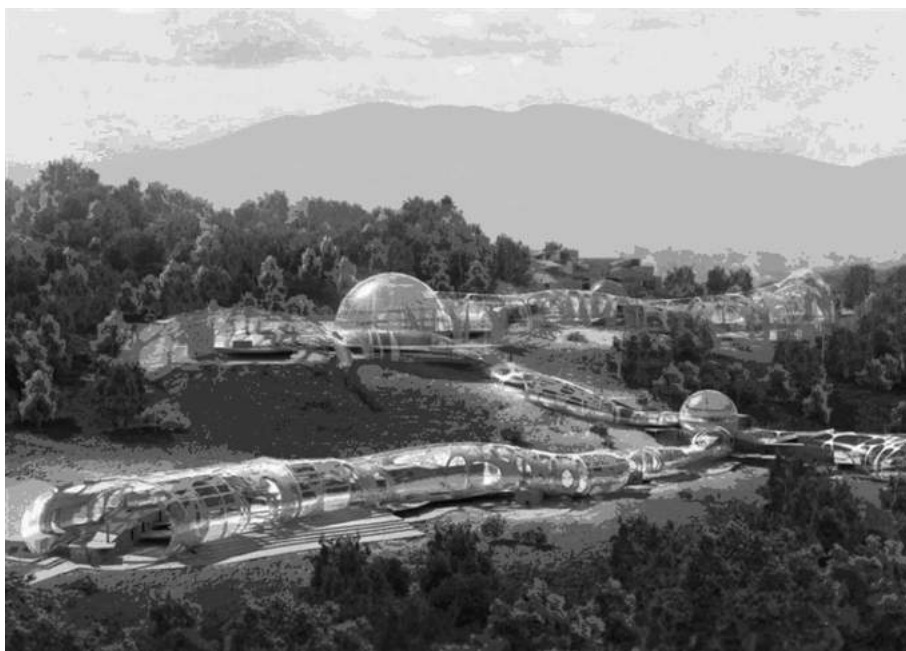
Как правило, рекреационные ресурсы определяют формирование туристского потенциала в том или ином регионе. Являясь одним из самых прибыльных видов бизнеса в мире, туризм мог бы принести огромную пользу не только России, но и отдельным регионам.

Проектирование территориальных рекреационных систем осуществляется на основе метода комплексной оценки рекреационного потенциала территории.

Создание полноценного рекреационно-туристского комплекса зависит от многих факторов, в том числе: градостроительных решений на макро- и микроуровнях, дизайн-концепции туристского комплекса, определения принципов функционально-пространственной организации туристских дестинаций.

При градостроительных исследованиях необходимо учитывать не только территориальный признак, но и са-

ми туристские услуги – одни из мощнейших системообразующих факторов развития дестинаций. Как правило, делается акцент на одной из составляющих процесса комплексирования – территории, экономике и архитектурно-пространственной организации объектов туризма. В современных условиях необходимо учитывать все аспекты данного процесса, что требует его детальной проработки [1].



Проект трубообъекта интеграции природы и архитектуры

При выявлении архитектурно-градостроительных закономерностей формирования и функционирования системы устанавливаются принципы архитектурно-пространственного формирования, устойчивого функционирования и развития туристских дестинаций:

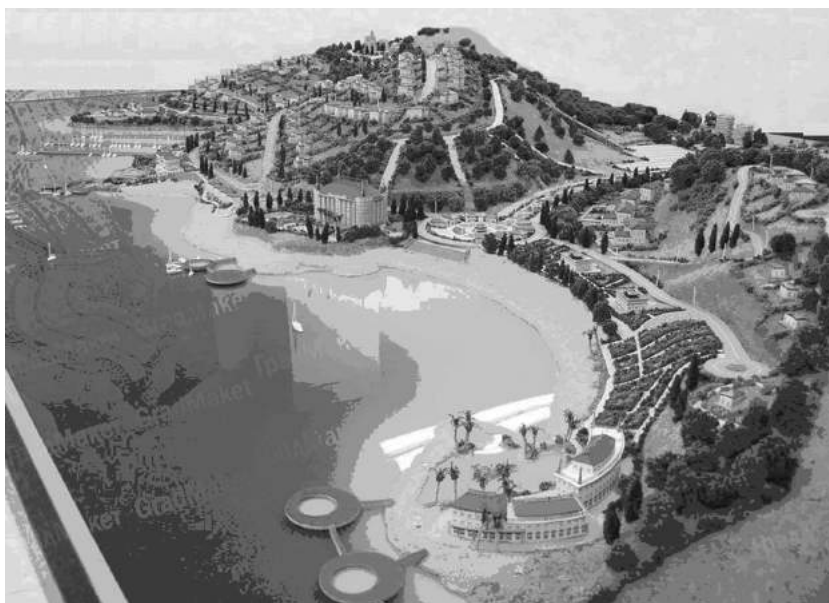
- структурной организации и упорядочения внутреннего пространства, обусловленного художественным замыслом;

- принцип комплексного ландшафтного строительства и компактного размещения туристских предприятий;

- функциональной интеграции;
- дополнительности;
- комплексирования коммуникаций и вариантности использования объектов;

- информатизации;
- экологичности инфраструктуры туризма;

- опережения или предупреждения.



Ландшафтный макет туристского комплекса

Кроме того, при проектировании необходимо выполнение следующих условий:

- наличие на этой территории мест размещения, питания, развлечений (должен быть определенный уровень качества услуг) и высокоразвитой транспортной системы;

- наличие достопримечательностей, интересующих туристов (фактор привлекательности является одним из главных факторов конкуренции между дестинациями, следовательно, должна быть определенная изюминка для привлечения туриста на территорию дестинации);

- наличие объектов графического дизайна – информационных (например, глобальных информационных систем «Amadeus», «Galileo», «Worldspan», «Sabre») и коммуникационных систем, так как это необходимый инструмент информирования туристского рынка о дестинации.

Необычный экообъект создан для маленького туристского города Ди-

лижан, расположенного в Армении. Основной задачей авторов было сохранение природно-климатических особенностей города за счет максимального интегрирования здания в окружающую среду, создание «незаметной» архитектуры как части сотворенной природой пейзажа. Так возник образ здания, которое органично сливается с окружающим ландшафтом и, визуально повторяя формы рельефа, создает впечатление горного разлома. Немаловажным фактором популярности проекта стало использование экологически чистых технологий и строительных материалов. Проект ориентирован на создание более комфортной туристской инфраструктуры в Чемальской курортной зоне с широким спектром услуг высокого качества. При эксплуатации комплекса намечено значительное расширение предоставляемых услуг (по сравнению с ситуацией, существующей на данный момент в имеющихся в этом районе базах отдыха).



Туристский экомплекс в Армении (одна из 20 дипломных работ)

С градостроительной точки зрения на макроуровне одним из необходимых условий является то, что туристская дестинация должна обладать транспортной доступностью.

Анализ конфигурации сложившихся систем расселения и характера сетей основных транспортных комму-

никаций указывает на необходимость развития эффективных транспортных связей для решения проблемы транспортной доступности.

Прибрежный туристский комплекс имеет три вида транспорта: водный, воздушный и автомобильный.



Проект крытого горнолыжного комплекса «Skidome Denmark»
в структуре туристского объекта



Проект многофункционального туристского комплекса «SKI-АЛАМЕДИН»

Транспортный каркас туристского комплекса «Золотое кольцо» повторяет пластичную планировку туристского комплекса.

Следовательно, развитие и поддержание эффективных транспортных связей с туристскими рынками необ-

ходимо для успеха дестинации. Но для туристов и обслуживающих эту сферу важна не только физическая доступность дестинации, т.е. внешние транспортные связи с ней, но и наличие развитых внутренних транспортных связей.



Архитектурный проект туристского комплекса



Проект переславского комплекса «Золотое кольцо»

Преимущества территориального расположения заключаются в том, что туристская дестинация находится на пересечении динамично развивающихся туристских потоков, которые гарантируют посещаемость.

С градостроительной точки зрения на микроуровне организация пространства туристского района может строиться последовательно с поступательным расположением туристских ресурсов, концентрически – с центростремительным расположением туристских ресурсов, по лучевой схеме – с центробежным расположением туристских ресурсов и дисперсно.

Один из ключевых методов проектного исследования – метод дизайн-сценирования, позволяющий организовать элементы туристского маршрута в единую целостную систему. Сценарий определяет возможную последовательность действий при создании будущего туристского товара и учет специфики его потребления. Сценарный подход позволяет предопределить

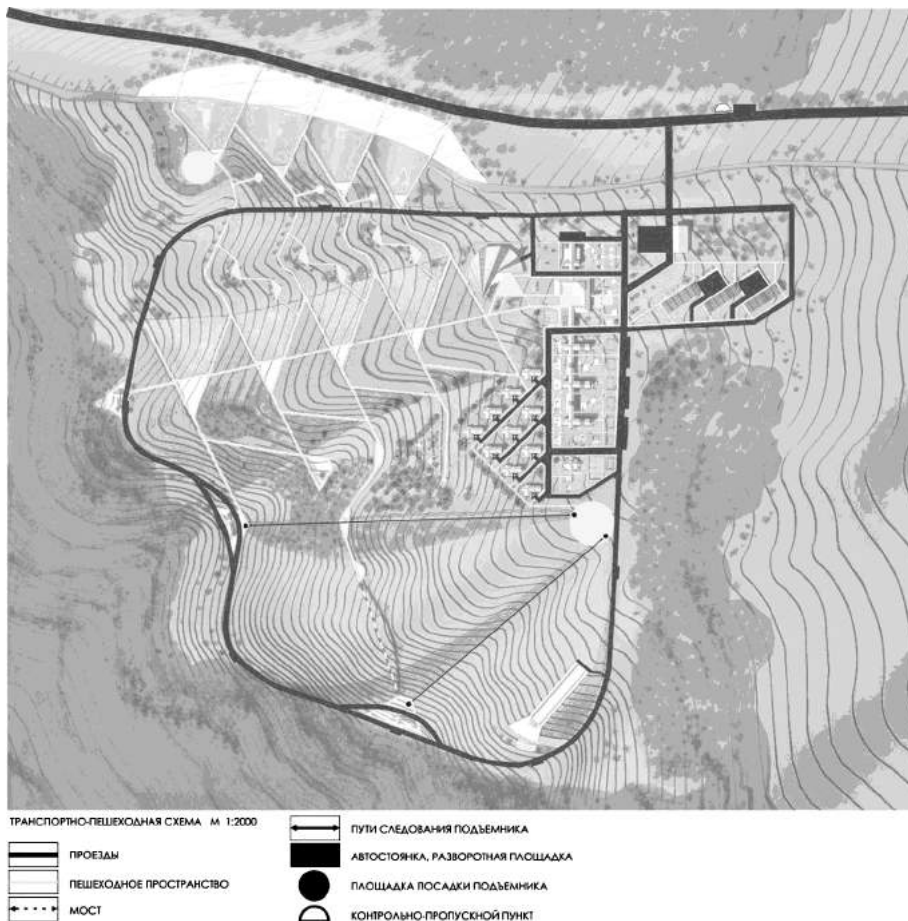
оптимальное распределение нагрузки и подачу впечатлений, оптимизировать процессы координации и управления на маршруте. В результате использование метода дизайн-сценирования обеспечивает целостное, системное видение будущего проекта еще на стадии целеполагания и формирования концепции маршрута [2].

Пространство – центральная проблема архитектурного проектирования.

Сценирование маршрута рассматривается «как процесс создания значимых впечатлений», так как именно эмоции, индивидуальные для каждого туриста, являются финальной стадией туристского потребления. Поэтому дизайнер как «творец впечатлений» способен проектировать цепочки переживаний и создавать на маршруте эмоциональный фон высокого напряжения. Джон Хенч, главный имаджинер Walt Disney Corp., говорил: «Как дизайнеры мы, имаджинеры, создаем места – регулируемые переживания, осуществляемые в тщательно структури-

рованных средах, давая нашим гостям видеть, слышать, даже обонять, касаться и испытывать ощущение вкуса не-

ким иным образом... Мы усиливаем впечатление гостей, выводя их за рамки повседневной рутины» [1].



Транспортная схема для архитектурного проекта
туристского комплекса «Алтай-Парк»

Проектом предусматривается, что туристский маршрут – это своего рода сценарий потребления. Преобразование туристского потенциала региона (ресурса) в перспективное, востребованное туристское предложение (товар) предполагает создание определенных условий на маршруте.

Туризм в данной работе рассматривается как своеобразная форма «встре-

чи», освоения территории через взаимодействие человека (туриста) с другими культурами, средой. Значительное внимание в проектном исследовании уделяется необходимости создания предпосылок для «диалога культур», т.е. проникновения в систему ценностей иной культуры, преодоления стереотипов и, главное, взаимного обогащения. В данном контексте

на дизайн возложена важнейшая роль трансляции инокультурному потребителю этических представлений аборигенов, их картины мира и модели образа жизни.

Следовательно, сценарий путешествия определяет формирование целостного художественного образа всего маршрута, а также предоставляет оптимальную дизайн-программу, включающую безопасность человека, эмоционально-психологический комфорт и средства коммуникации. Таким образом, дизайн-сценирование является объединяющим элементом в многокомпонентной системе туристского комплекса.

Жизненно необходима разработка и реализация проектов пешеходных туристских маршрутов как системы архитектурно-ландшафтных пространств. Ключевым моментом является зависимость выбираемых приемов архитектурно-ландшафтной организации туристских маршрутов от туристской привлекательности среды.

Рельеф – основа паркового ландшафта, которая предполагает все его композиционные построения, «архитектонику», общий характер зрительных впечатлений. Формы рельефа уже сами по себе способны оказать определенный психоэмоциональный эффект.

Грамотно разработанный генеральный план не только определяет размещение объектов на территории и решает вопрос эффективного использования территории, но и формирует комфортную среду для жизнедеятельности или производства.

Генеральным планом предусматривается ландшафтная организация территории – посадка деревьев, кустарников, посев газонных трав, создание дендрологического парка, теплиц,

зимнего сада, создание хозяйственных площадок, автостоянок, автодорог, пешеходных и велосипедных дорожек, детских, смотровых и спортивных площадок с пунктом проката спортивного инвентаря, часовни.

Протяженность пешеходных дорожек по всей территории рекреационной зоны туристского объекта позволяет дополнительно использовать вело- и мототранспорт, включая использование прогулочных трамвайчиков или повозок, разработать конные маршруты. В проекте важно активно применять малые архитектурные формы, в основном ориентируемые на использование природных материалов, не перегружая природные ландшафты искусственными застройками.

Всю территорию туристского комплекса необходимо насытить различными элементами благоустройства – скамьями, столами, корзинами для мусора, защитными перегородками, перголами в качестве изоляции и защиты от солнца, а также разнохарактерными по значению, размерам, использованию, форме, материалу, фактуре и цвету трельяжами, цветочницами, боскетами, зелеными вазами, лестницами, мостиками, подпорными и декоративными свободностоящими стенками, парковой керамикой, декоративными камнями, деревом, металлом, скульптурой, фонарями, фонтанами, киосками, средствами визуальной информации – все они находятся в садово-парковой среде, поэтому должны гармонировать с ней и составлять с ней единое целое.

Планировочная структура рекреационных районов связана с особенностями рельефа. Для горных местностей характерно центробежное расположение туристских ресурсов.

Лучевой планировочный тип туристско-рекреационных районов формируется на основе горного узла, компактной или дисперсной зоны туризма и системы линейных ландшафтно-маршрутных коридоров.

Компактные туристские зоны могут быть основаны лесным массивом, крупным озером, островом, горным узлом, местом концентрации природных достопримечательностей, узлов экологической активности.

Сознание роли туризма как важной отрасли региональной экономики, способствующей ее оживлению, восстановлению и подъему, вызвало интерес у научной архитектурной общественности. О масштабах и разнообразии концепций в области туризма и рекреационной сферы деятельности можно судить по обилию как фундаментальных, так и прикладных научных работ. Выявление проблем архитектурной организации туризма позволило установить закономерности формирования архитектурной среды туристских центров.

Таким образом, комплексность подхода в решении вопроса организации архитектурной среды туризма позволила:

- решить вопросы: транспортных коммуникаций туристской дестинации на макро- и микроуровнях; формирования оптимальных условий зрительного восприятия туристских объектов; включения природных компонентов; создания адаптированной среды для людей с ограниченными физическими возможностями и единой информационно-ориентационной системы;

- при максимальном восстановлении историко-архитектурного облика исторических городов создать проект комплекса туристских учреждений с использованием памятников архитектуры;

- создать предпосылки для единой художественно-осмысленной архитектурной среды туризма;

- определить функционально-целое, градостроительное и эстетическое значение туристско-рекреационных территорий.

ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Сайдашева О.В. *Стратегическое планирование туристических дестинаций: автореф. дис. ... канд. экон. наук.* Краснодар, 2013.

2. Смыковская Л.Ю. *Формирование планировочной структуры туристских центров в*

сложившихся рекреационных районах: автореф. дис. ... канд. архитектуры. М., 1981. 19 с.

3. Глазыхев В.Л. *Дизайн как он есть.* URL: <http://real24.ru/fb2/vyacheslav-jlasyichev-dizayn-kak-on-est/>

УДК 721.012

Т.П. ЛЮБАКОВА

ФОРМИРОВАНИЕ СТИЛИСТИЧЕСКИХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ У БУДУЩИХ АРХИТЕКТОРОВ-ДИЗАЙНЕРОВ

Рассматриваются особенности формирования в процессе профессиональной подготовки такого профессионально важного качества будущего архитектора-дизайнера, как стилистические представления. Эти качества, по мнению автора, формируются в процессе проектной деятельности студентов.

Ключевые слова: профессиональное туристское образование, профессиональная подготовка архитекторов-дизайнеров, профессионально важные качества студентов, стилистические представления студентов.

This article discusses the features of formation of stylistic concepts. These qualities, according to the author, could be formed only in the process of activities of students.

Keywords: professional education in tourism, training of architects, designers and professional qualities of students, stylistic representation of students.

Смена парадигмы социального познания детерминирует современную культурную и познавательную ситуацию и формирует новое постмодернистское мировидение – часть актуальной культуры. Исследования социокультурных процессов, проходящих в обществе, реализуются с учетом новых установок социального познания: смены выбора базисных оснований, приоритета индивидуального социального опыта и творческого мышления. Поскольку традиционные методы не гарантируют развитие творчества у большинства студентов, проблема разработки новых методов, приемов и упражнений по развитию творчества студентов архитекторов-дизайнеров актуальна. Воспитание чувства вкуса к хорошей архитектуре – это важнейшая задача, которую берут на себя преподаватели. То, что происходит сегодня в обществе, без преувеличения можно назвать

катастрофой. Это господство дурного вкуса и отсутствие каких-либо знаний в области архитектуры. В формировании городов, общественных и даже частных пространств, в построении связи между этими пространствами и взаимоотношений людей в этих пространствах – везде полная путаница.

Необходимо создавать в вузе условия для гармоничного развития студентов в целях формирования профессионально значимых личностных качеств. В этом контексте в условиях высшего архитектурно-дизайнерского образования стоит уделить особое внимание воспитанию профессионально-творческой позиции будущего художника-проектировщика. «Зоны особого внимания» в стадии проектирования – это самое начало: замысел, идея, образ. Формирование творческой индивидуальности диктует необходимость выявления личных эстетических предпочтений студента еще на стадии предпроектного анализа. Нередка си-

туация, когда в качестве аналога студент приносит «домик соседа», считая его образцом, достойным подражания. Уже с первых этапов обучения нужно смоделировать структуру творческого поиска таким образом, чтобы понравившийся стиль, архитектор постепенно стали понятными и любимыми. На стадии клаузурного поиска нужно уделять особое внимание созданию личного почерка будущего архитектора-дизайнера, узнаваемости его стиля. Процесс воспитания вкуса должен идти параллельно профессиональному росту, провоцируя самоопределение в стилистике, формируя креативную индивидуальность учащегося. Это:

- подборка исходного проекта, анализ его параметров и типологических особенностей, определяющих объективные возможности дизайна;
- изучение аналогов дизайн-проектирования сходных объектов;
- выполнение пробных эскизов, вариантов творческого замысла;
- выполнение клазур;
- формирование творческой концепции проекта;
- определение наиболее целесообразного направления проектирования;
- выполнение рабочего проектирования с установлением необходимого состава проекций, разработкой конструкций и декоративных элементов, колористики.

Перечисленное должно служить планомерному формированию стилистических предпочтений студента. Генерирование идей и разработка творческой концепции дизайн-проекта в процессе обучения должны отражать индивидуальность ее автора.

Вербальная защита проекта является необходимым моментом формиро-

вания профессиональных качеств будущего специалиста. Важным этапом этого процесса является совместное обсуждение стадий проекта студенческим коллективом и умение обосновывать, объяснять и защищать преимущества своей концепции каждого автора. Это дает возможность объективно выслушивать замечания и критически анализировать проведенную работу, вносить корректировки, улучшая проект, находить новые приемы, добавлять объекты, детализировать и развивать собственную идею. Воспроизведение модели общения с заказчиком в процессе проектирования учит будущего архитектора «держать удар» при защите дипломного проекта, а позже и в профессии.

Отразить суть, квинтэссенцию замысла помогает выбор каждым студентом названия своего проекта, девиза или слогана. Участие в международных мастер-классах Версальской ландшафтной школы 2007–2008 гг. дало возможность нашим студентам ознакомиться с приемами и методами проектирования французских мастеров. Этот опыт, несомненно, оказал влияние на развитие творческого потенциала и становление личности, воспитание будущего архитектора как человека высокой профессиональной культуры. Переход к новой образовательной парадигме, доминирующим фактором которой выступает культура, воспитание «человека культуры», определяет ориентиры высшего образования. Изменение стиля профессионального мышления, наличие вариантов личностно-ориентированного подхода, внедрение проектных технологий, гуманитаризация содержания образования и другие процессы определяют ведущие идеи и тенденции развития со-

временного высшего архитектурного дизайнерского образования. Его целью становится не узкопрофильная подготовка, а общекультурное, социально и личностно значимое непрерывное развитие творческого потенциала личности, формирование профессиональной культуры.

При выборе темы и места дипломного проекта важное значение имеет личностная привязка студента. Когда проектировщик хорошо знает особенности выбранной территории, мотивация к проектированию значительно повышается. Количество собранного материала, степень проработки проекта, а также творческая составляющая поднимают проект на более качественный уровень.

Так, на Международном смотре-конкурсе дипломных проектов и работ по архитектуре (МООСАО) в 2011 г. дипломная работа А. Телегиной «Восстановление усадьбы Чернышевых XVII века с разработкой центра свадебных церемоний» была награждена дипломом первой степени. В 2013 г. работа Е. Любаковой «Комплекс “Город мастеров” в Калужской области на реке Угре» – дипломом второй степени, а работа К. Гольцовой «Транспортный модуль с автостанцией в г. Фрязино» – дипломом третьей степени. Данный факт является наглядным подтвержде-

нием эффективности методики преподавания архитектурно-дизайнерского проектирования в РМАТ на кафедре дизайна архитектурной среды за период 2005–2013 гг.

Развитие компьютерных программ и технологий дает возможность более наглядного выражения творческого замысла. С. Скуратов в статье «Архитектор должен быть в первую очередь гражданином» пишет: «Архитектор-дизайнер должен уметь получать всю необходимую информацию из Интернета и свободно перемещаться по его бесконечным просторам. Выпускник должен обладать такими качествами, как развитая интуиция, широкий кругозор, способность мыслить, анализировать ситуацию, делать самостоятельные выводы. Он должен иметь профессиональные навыки работы с типологией, материалами, конструкцией, уметь делать интересные макеты, владеть в совершенстве компьютерным моделированием».

Архитектор должен быть в первую очередь гражданином, иметь ясную, принципиальную собственную позицию и не бояться ее публично отстаивать. Архитектор должен быть мудрым лидером и активно участвовать в процессе изменения вектора культурного развития, уважая при этом вклад других профессионалов.

ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Анифимова Е.Б. Экспериментальное исследование формирования профессионально-творческой позиции будущего архитектора и дизайнера в вузе // *Вестник ТГПУ*. 2012. № 5.

2. Саркисов С.К. Основы архитектурной эвристики: учебник. М.: *Архитектура-С*, 2004. 352 с.

3. Махотин Д.А., Юркина Л.В. Формирование культуры исследователя в проектной

деятельности будущих технологов // *Вестник Московского университета МВД России*. 2012. № 4. С. 194–196.

4. Формирование профессиональной культуры будущих специалистов-архитекторов. URL: <http://www.dslib.net/prof-obrazovanie>

5. Скуратов С. Архитектор должен быть в первую очередь гражданином. 08.08.2012. URL: <http://www.march.ru/news/27/>

Т.В. ЗАХАРОВА

КРЕАТИВНЫЙ ПОДХОД К ОБУЧЕНИЮ СТУДЕНТОВ АРХИТЕКТУРНО-ДИЗАЙНЕРСКОМУ ПРОЕКТИРОВАНИЮ

Автор раскрывает особенности реализации креативного подхода к обучению студентов на примере курса архитектурно-дизайнерского проектирования.

Ключевые слова: профессиональное туристское образование, креативный подход к обучению студентов, архитектурно-дизайнерское проектирование.

The author expands the specifications in realization of the creative approach in modern student education of architectural design.

Key words: professional tourism education, creative approach in education, architectural design.

«Творчество там, где
можно сказать – это мое».

К.С. Мельников

Особенностью архитектурного образования можно назвать индивидуальный подход к процессу образования студента, раскрытие его творческого потенциала и формирование его креативной и духовной личности. Спецификой такого образования являются умения и навыки будущей профессии: видеть повседневные проблемы, нестандартно подходить к решению поставленной задачи, быть в курсе новых технологий в разных областях знаний и уметь их применять, понимать роль архитектурного наследия и его значимость.

Креативный подход к любому роду деятельности предполагает активный подъем творчества. Творчество как главная составляющая образовательного процесса – успех в профессии архитектора. Значит, одним из важнейших способов «обучения» архитектуре

является развитие креативности будущего архитектора. Процесс обучения в этом направлении происходит. Однако процент хороших специалистов не высок.

Как получить более высокий профессиональный уровень дипломированных архитекторов? Как осуществить этот процесс? Какие методы могут принести успех?

Необходим поиск путей совершенствования подготовки профессиональных кадров.

Для развития творческих способностей, заложенных в каждом человеке, необходимо избавление от каких-либо условностей и шаблонов. Вся образовательная система должна давать обучающимся установки на воображение, фантазию, интуицию, с помощью которых студенты создают свои творческие проекты, имеющие концептуальную идею поиска архитектурных образов, адаптированных к окружающей среде и обществу, с дальнейшей возможностью практической разработки.

В целях вовлечения студентов в творческий образовательный процесс

необходимо активизировать творческую деятельность студентов, применяя креативные учебные технологии и методики, которые, в свою очередь, не должны пренебрегать общепринятыми традиционными методами. Но новаторские методы делают учебный процесс и его результаты более ощутимыми и весомыми. Креативный подход к обучению позволит успешно воздействовать на творчество студента, приближая процесс учебной проектной деятельности к профессии архитектора.

Педагоги-архитекторы должны методом апробаций создать структуру учебного процесса, в котором все логично и доступно каждому студенту, независимо от его личных способностей. Тот стандартизованный способ деятельности, который с помощью педагога формирует в себе студент, осознающий цели своих действий, отслеживающий результаты своего обучения, запоминающий конкретные этапы, приводящие к определенному итогу, как раз и образует педагогические технологии. Но этого на современном этапе недостаточно. Творческие методы в архитектурном образовании должны содержать какие-то элементы неожиданности и новизны.

Курс «Архитектурно-дизайнерское проектирование» в системе архитектурного образования играет очень важную роль, так как позволяет студенту приобрести конкретные навыки, умения, знания, необходимые ему в практической профессиональной деятельности. Назначение курсовых проектов заключается в овладении студентами определенными умениями и навыками архитектурного проектирования. Курсовое проектирование необходимо использовать для развития творческой активности студентов. Примене-

ние креативных методов обучения архитектурному проектированию наряду с традиционными помогает эффективнее раскрыть и сформировать творческую личность студента.

Приведем несколько методов раскрытия творческих способностей обучающихся на курсе архитектурно-дизайнерского проектирования.

1. Коммуникативный метод. Планирование учебного сотрудничества. Своими профессиональными действиями педагог показывает студенту, как происходит процесс проектирования, создавая на практических занятиях условия, приближенные к профессиональной деятельности: педагог – руководитель, студент – автор проекта, тем самым осуществляя «профессиональное» сотрудничество. Это главный способ воздействовать на творческое сознание студента, организуя его деятельность как профессиональную. При этом процесс проектирования должен сопровождаться анализом теории и философии архитектуры.

2. Индивидуальный подход. Психологическое воздействие педагога на сознание обучаемого выглядит как установка на пробуждение воображения, переходящее в профессиональное видение. Важно, чтобы и педагог, и студент заметили момент, когда начался творческий процесс. Педагог должен внушить студенту, сопровождая внушение соответствующим доказательным подкреплением, что «это» (предложенный вариант) можно рассматривать для дальнейшей разработки. Студент этому поверит и будет работать с найденным материалом, как с «архитектурой находкой», и действовать с ним на профессиональном уровне.

3. Архитектурное сочинительство. Студенту предлагается делать то, че-

го он раньше никогда не делал, – сочинять профессионально-значимые вещи. В процессе обучения задания постепенно становятся сложнее. Педагог в качестве примера должен показать студенту «технологии» своего сочинения на практике: с чего начинать, как действовать и чем заканчивать. Затем погрузить в этот процесс студента, который должен развивать свой профессиональный опыт в этих упражнениях, используя графические навыки.

4. «Погружение в контекст» – метод целенаправленного формирования профессиональных представлений, основанный на существующих цитатах мировой архитектуры. Студенту предлагается выполнить ряд клаузур на восприятие материала и погружение в смоделированную педагогом среду. В графических упражнениях студент анализирует и раскрывает использованные профессиональные приемы, увиденные в предложенном контексте, сочиняя свою клаузуру, проведя вариативный поиск.

5. Метод слайдового тренинга. Способствует формированию у студентов профессиональных ассоциативных связей, с помощью которых он видит и анализирует архитектуру.

6. Метод расширения круга междисциплинарных связей и интересов в архитектурном проектировании. Проектное обучение является главным в архитектурном образовании. Вокруг него интегрируется весь комплекс предметов и дисциплин, необходимых для подготовки архитектора.

7. Метод презентаций. Будущие архитекторы учатся грамотно строить свою речь, защищая свой проект, выступая в роли докладчиков и оппонентов.

Готовясь вести диалог с потенциальными работодателями, учащиеся

должны отстаивать свою точку зрения, демонстрируя достигнутый уровень профессиональной подготовки. Все этапы проектирования студенты могут отражать, используя метод презентаций: компьютерный, графический – плакаты, буклеты.

8. Мини-конкурсы. Проведение конкурсов профессионального мастерства среди студентов.

9. Метод структурообразующего творческого модуля. Связующим звеном между наукой, образованием и начальной инновационной производственной деятельностью студентов служит студенческая творческая мастерская или бюро – структурообразующий модуль. В мастерской происходит максимальное сближение с профессиональной деятельностью. Обучение и работа в такой мастерской создают благоприятные условия для развития творческого потенциала. Каждый студент, обучаясь и работая в творческом коллективе, принесет в общую работу элементы своего творчества. Такие мастерские (лаборатории, бюро) должны стать центрами творческого пространства для формирования креативной профессиональной деятельности студентов как в научно-технической, так и культурно-экологической сферах. Работа в таких творческих модулях помогает найти свою творческую ориентацию.

Проблема самоопределения – одна из ключевых для процесса развития студента. Ориентированные технологии обучения дают возможность студентам понять, как организовать свою профессиональную деятельность в области архитектуры с точки зрения набора профессионально значимых качеств и умений.

В результате завершения обучения выпускнику вуза предлагается:

- проектная работа;
- научная работа в рамках интересующего его направления исследований;
- искусствоведческая работа;
- педагогическая работа;
- предпринимательская деятельность.

Если по окончании учебного вуза дипломированный архитектор усваивает три составляющие инновационного архитектурного образования –

совокупность науки и образования, определяющую область знаний; совокупность образования и практики, определяющую область навыков, и совокупность науки и практики, определяющую область методологии, – то этот специалист имеет уровень инновационного архитектурного образования, необходимый современному миру и обществу.

ЛИТЕРАТУРА

1. Богомолов И.И. К проблеме сочинительства в объемно-пространственном формообразовании // *Архитектон: известия вузов*. 2004. № 3 (8).

2. Санто Б. Инновация и глобальный интеллектуализм // *Инновации*. 2006. № 9.

3. Шадриков В.Д. Новая модель специа-

листа: инновационная подготовка и компетентностный подход // *Высшее образование сегодня*. 2004. № 8.

4. Фролов Ю.В., Махотин Д.А. Компетентностная модель как основа оценки качества подготовки специалистов // *Высшее образование сегодня*. 2004. № 8. С. 34.

Е.М. ПРИЕЗЖЕВА

**РАБОТА АНИМАЦИОННЫХ КОМАНД
НА ЗИМНИХ ОЛИМПИЙСКИХ ИГРАХ
«СОЧИ-2014»**

Представлен опыт работы анимационных команд на зимних Олимпийских играх в Сочи-2014, где работали и выпускники Российской международной академии туризма.

Ключевые слова: профессиональное туристское образование, культурная программа, зимние Олимпийские игры, деятельность аниматоров.

The article presents the experience of animators at the Winter Olympic games in Sochi in 2014, where the students of Russian International Academy for Tourism worked.

Keywords: professional tourist education, cultural program, Winter Olympic Games, the activity of the animation.

Седьмого февраля в российском городе Сочи открылись XXII зимние Олимпийские игры, безусловно, это ключевое спортивное событие 2014 г. Всего за историю олимпийского движения почетного права провести у себя Олимпиаду удостоивалась 21 страна, из них привилегию провести зимние Игры получали 11 государств.

Сочи – самый крупный курортный город России, расположен на Черноморском побережье Краснодарского края, является крупным экономическим центром, неофициально именуется летней, южной и курортной «столицей» России.

Подготовка к масштабному спортивному событию позволила решить проблему дальнейшего развития Сочи как курорта. Благодаря проведению Олимпиады были сделаны существенные изменения в инфраструктуре города, повышена транспортная доступность. Со-

вместная автомобильная и железная дорога Адлер – Красная Поляна призвана улучшить инфраструктуру региона, соединившись развязками с федеральной трассой М-27. Ввели в эксплуатацию новый современный аэровокзальный комплекс, завершено строительство посадочной галереи с телетрапами и VIP-терминалом. Аэропорт может обслуживать до 3,8 тыс. человек в час. Был значительно расширен морской порт, и теперь город может стать одним из объектов круизного туризма [1].

В период подготовки Олимпиады было построено порядка 20 тыс. гостиничных номеров, возведено 4 горнолыжных курорта. Город стал по-настоящему безбарьерной средой, что важно для инвалидов-колясочников. Общие инвестиционные затраты на Олимпиаду в Сочи составили 214 млрд руб.; из федерального бюджета было выделено 99 млрд руб.

Безусловно, это дает уникальный шанс для создания нового курорта, он

стал полностью всесезонным, где созданы все условия для пляжного, горнолыжного, оздоровительного и делового туризма.

Проведение зимних Олимпийских игр в Сочи положило начало появлению нового для России типа городов – круглогодичного курорта, где можно отдыхать как летом – на море, так и зимой – в горах. После завершения зимней Олимпиады 2014 г. ее столица Сочи будет развиваться как элитный курорт.

Благодаря новой инфраструктуре Краснодарский край и Россия получили город-курорт мирового класса. Но появляется очень важный вопрос: «Поедет ли на этот курорт большое количество туристов? Окупится ли этот проект?»

Олимпийские игры подтвердили заинтересованность не только отечественных, но и зарубежных туристов. Крупнейшие международные спортивные соревнования – зимние Игры – проводились в России впервые. Они были необходимы не только для развития спорта, но и для страны в целом.

Культурная Олимпиада «Сочи-2014» явилась уникальным проектом организаторов Олимпийских игр. Культурная программа готовилась заблаговременно. Начиная с 2010 г., Оргкомитет «Сочи-2014» вместе с десятками регионов России выбирали лучшие театральные, танцевальные, вокальные, цирковые и анимационные коллективы.

Заместитель министра культуры России Андрей Бусыгин сказал: «Сочи станет центром не только спорта, но и высокого искусства. Культурная Олимпиада превратит Сочи в центр событийного туризма. С одной стороны, мы показываем культуру России зару-

бежному зрителю, а с другой – показываем культурную Олимпиаду как событие, которое объединяет все народы России» [3].

Культурная Олимпиада «Сочи-2014» стартовала за четыре года до зимних Игр. Ее основная миссия – сохранить и приумножить уникальное культурное богатство России, вовлечь всех в грандиозный праздник.

Каждый год Культурной Олимпиады был посвящен определенному виду искусств: 2010 г. – кино, 2011 г. – театру, 2012 г. – музыке, 2013 г. – музеям. Поклонники культуры и искусства увидели лучшие концерты, фестивали, спектакли, фильмы, выставки, инсталляции, театрализованные представления, игровые и анимационные программы – все то, что является культурным достоянием современной России. Интересная и насыщенная культурная программа Игр отразила культурное богатство России, стала ярким финалом Культурной Олимпиады «Сочи-2014».

За четыре года в рамках Культурной Олимпиады «Сочи-2014» прошло более трех тысяч различных мероприятий с участием ста тысяч артистов. Культурно-развлекательные мероприятия и анимационные программы прошли на территории Олимпийского парка, на Площади наградений, на соревновательных объектах, в Олимпийских и Паралимпийских деревнях. Перед широкой аудиторией предстал яркий набор образцов многонациональной культуры нашей страны в исполнении лучших театральных и анимационных коллективов [2].

Культурная программа Олимпийских зимних игр в Сочи продемонстрировала всему миру шедевры и уникальное многообразие российской культу-

ры: выступления музыкальных и танцевальных коллективов, уникальное чукотское горловое пение, зажигательную дагестанскую лезгинку, балет, цирковые трюки, мелодичные кубанские казачьи напевы, виртуозные альтовые импровизации маэстро Юрия Башмета. В Сочи приехали: Государственный академический кубанский хор, дагестанская «Лезгинка», фольклорный театр Удмуртской Республики «Айкай», русский народный ансамбль «Родные напевы» из Ненецкого автономного округа, Оренбургский академический народный хор, чеченский ансамбль «Вайнах» [4].

Гости Олимпиады стали свидетелями выступления талантливых артистов разных стран мира. На сценических площадках звучала органная и камерная музыка Германии, выступали джазовые коллективы Мексики, музыкально-хореографические ансамбли Болгарии, драматические театры Италии, Англии, Франции, был организован «ночной киномарафон», проходили мастер-классы, творческие встречи с ведущими мировыми музыкантами.

В СМИ появилось много информации об аниматорах, которые принимали участие в обслуживании гостей Олимпиады. Выпускникам РМАТ также представилась возможность принять участие в обслуживании болельщиков во время Олимпиады в Сочи.

Атмосфера праздника – это профессия аниматоров! Специально для Игр в Сочи организаторы подготовили уникальную программу с участием артистов пантомимы и клоунады, циркачей и акробатов, танцоров капоэйры и лучших брейк-данс команд страны. Зрители могли присоединиться к артистам, например к флешмоберам или инте-

ративным музыкальным коллективам. Ежедневно в парке проходили костюмированные выступления.

Удивительный мир северных народов был представлен этническим фестивалем «Манящие миры» – экспозицией этнического подворья с выставкой традиционных ремесел в чумах и этнической концертной программой. Для самых маленьких зрителей в Олимпийском парке постоянно работал Детский городок, где веселые аниматоры и художники-аквагримеры за считанные минуты превращали малыша в сказочного героя.

Символ русской зимы – Дед Мороз – выходил в парк из своей резиденции для интерактивной программы с детьми. Игры проходили с главными олимпийскими талисманами – Белым Мишкой, Зайкой и Леопардом. Ростовые куклы-аниматоры встречали гостей в парке, играли с детьми и подростками, фотографировались.

Сочи – это еще и уникальный курорт, насчитывающий более 80 достопримечательностей. Туристские фирмы предоставляли гостям экскурсионную программу. Уникальными экскурсионными объектами являются: гора Ахун, Агурские водопады, Тисосамшитовая роща, Главный Кавказский хребет. Туристские компании предлагали большой ассортимент экскурсионных программ и развлечений, которые познакомили гостей Олимпиады с незабываемой природой величественного Кавказа.

Одновременно в культурную программу «Сочи-2014» были включены выставочные проекты в музеях города Сочи. Посещение музеев во время Олимпийских и Паралимпийских игр было бесплатным для всех желающих.

После Олимпиады город Сочи должен стать не столько российским, но и, возможно, мировым спортивным и выставочным центром, вернуть себе славу всероссийской здравницы. Уже запланировано проведение здесь Формулы-1, Чемпионата мира по футболу

и других массовых мероприятий. Сочи может стать главным международным курортным центром России.

Многие, побывав на Олимпиаде в Сочи, утверждают, что задуманное всего семь лет назад грандиозное событие удалось реализовать в полной мере.

ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Выдрин В.М. *Культура, физическая культура, спорт // Спорт в современном обществе*. М.: ФизС, 2010. С. 3–45.

2. Кальней В.А., Матвеева Т.М., Мищенко Е.А. и др. *Структура и содержание про-*

ектной деятельности // Стандарты и мониторинг в образовании. 2004. № 4. С. 21–263.

3. URL: <http://strategya.com>olimpijskie-igry-v-sochi-zametki>

4. URL: <http://ru.wikipedia.org>

УДК 008

Л.С. ИМЕННОВА

ТУРИСТСКИЕ ПРАКТИКИ КАК СРЕДСТВО РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Автор рассматривает туристские практики и учреждения культуры как средство решения проблемы национально-культурной безопасности. В связи с этой проблемой поднимается вопрос о культурно-экологической миссии туризма.

Ключевые слова: туризм, туристские практики, национально-культурная безопасность, сохранение культурного наследия, учреждения культуры.

The author examines the tourism and cultural institutions as tools of solving the problems of the national and cultural security. The issue of cultural and ecological mission of tourism is raised by the author as one of the actual challenges.

Keywords: tourism, national and cultural security, the preservation of cultural heritage and cultural institutions.

Национальная безопасность, сохранение культурного разнообразия – необходимое условие развития культурного туризма и социокультурных институтов общества.

Исторически первоначальное значение понятия «национальная безопас-

ность» включало защищенность общества от внешней военной угрозы, охрану государственных границ и секретов. В настоящее время эта угроза продолжает существовать: во время военных действий гибнут люди, разрушаются здания и сооружения, предприятия и объекты инфраструктуры, повреждаются или утрачиваются историко-культурные цен-

ности, в том числе признанные объектами всемирного наследия.

И туристские практики, и сфера культурной деятельности напрямую зависят от безопасности в стране, от уровня защищенности национальных интересов. Однако в информационном обществе угрозы военной агрессии, при всей своей важности, не являются единственными. Все большую актуальность приобретают проблемы социальной, национально-культурной безопасности в мирное время. Можно выделить два вектора угроз национально-культурной безопасности: угроза со стороны внешней среды (внешние государственные угрозы) и внутренние угрозы, обусловленные негативными тенденциями в культурной системе общества.

Внешние угрозы обусловлены, в первую очередь, процессами глобализации. Это одна из центральных глобальных проблем, для решения которой необходимо объединение усилий человечества. Международное сообщество выразило готовность участвовать в судьбе всемирного природного и культурного наследия, предоставлять коллективное содействие в сохранении и реставрации объектов культурного наследия.

В глобальном мире угроза национально-культурной безопасности осознается как актуальный системный вызов национальным культурным системам, их уникальности и неповторимости. Культурному и природному наследию угрожают как традиционные виды повреждений, так и разрушения вследствие эволюции социальной и экономической жизни.

Интересным для туриста представляется образ «иноного», «другая» культура, не похожая на собственную. На

первый план выходит аксиологический аспект туристской дестинации: она рассматривается как культурная ценность, которая является привлекательной, заслуживает траты времени и денег. К сожалению, глобальные процессы ведут к стиранию культурных различий, к утрате самобытности, т.е. сокращают источникивые ресурсы туризма и качественно снижают туристский продукт.

В последние десятилетия расширилось представление об экологии (от др.-греч. οἶκος – обиталище, жилище, дом, имущество и λόγος – понятие, учение, наука) как науке об отношениях живых организмов и их сообществ между собой и с окружающей средой. Говорится об экологизации современной науки; экология изучает мир как целое, как единство природных и культурных компонентов, выявляет условия безопасности изменений, вносимых человеком.

По мнению Д.С. Лихачева, экология в широком значении – наука о мире в единстве природного и культурного, об опасностях, которые ему грозят, о способах преодоления угроз, о возможности сохранить природу и культуру, о выяснении безопасности вносимых человеком изменений. Погибнуть человечество и природа в целом могут не только биологически вместе с уничтожением всего живого, но и духовно, вследствие гибели культуры, поэтому «экология – не междисциплинарная наука, а проблема человеческой культуры. Причины гибели экологических систем и человеческих культурных ценностей одни и те же, они – в главном, в культурном уровне общества» [1]. Проблема национально-культурной безопасности конституируется как эколого-культурная. Наследие рассматривается как важней-

шее экологическое понятие, как основа культурного ландшафта планеты.

Экологическая культура приобретает статус нового общественного мировоззрения. Ее основы сформулированы еще президентом Римского клуба Аурелио Печчеи: «Суть проблемы, которая витала перед человечеством на нынешней стадии его эволюции, заключается именно в том, что люди не успевают адаптировать свою культуру в соответствии с теми изменениями, которые сами же вносят в этот мир, и истоки этого кризиса лежат внутри, а не вне человеческого существа, рассматриваемого как индивидуальность и как коллектив. И решение всех этих проблем должно исходить из изменений самого человека, его внутренней сущности» [2].

Понятия «экологическая культура» и «экология культуры» оформились и конституировались в последней трети XX в. В общественной и философской мысли наметился новый уровень осознания взаимосвязи и взаимозависимости структурных компонентов человек – общество – природа – культура, осознан комплексный характер эколого-культурных проблем и принципиально важное значение их решения для социума и личности. Интеграция природной, социальной, культурной, гуманитарной проблематики выливается в экологическую парадигматику мировосприятия и мироотношения, понятие «экология» приобретает расширительное, а затем всеобъемлющее значение. Культурно-экологически ориентированное общество – это пространство культурного творчества, духовных практик, диалога культур, культурного разнообразия.

Обоснованное беспокойство мировой общественности вызывает состо-

яние экологического кризиса, который воспринимается как кризис общественного порядка, как угроза существованию человечества в биологическом и социокультурном планах. Разворачивающиеся и углубляющиеся процессы глобализации грозят культурными утратами, исчезновением культурного разнообразия, что может повлечь за собой сокращение содержательного базиса для культурного туризма.

Цель туриста – погружение в контекст «иной» культуры или иного временного среза собственной культуры, духовное освоение уникальной культурной картины мира. Восприятие культурных туров вызывает эмоции, чему способствует эффект присутствия, сопричастности, «очевидства», «включенности» в иной социокультурный контекст. Поэтому культурно-экологическое отношение к потенциальным объектам туристского показа со стороны работников туристской отрасли предполагает обеспокоенность по поводу сохранения культурного разнообразия. Туристская организация должна выступать не только разработчиком и реализатором туристских программ, но и инициатором культурно-охранных начинаний. Она может стимулировать повышение культурного потенциала региона через поиск малоизвестных граней в его национальном, историческом, художественном наследии.

Культурный туризм выступает действенным механизмом межкультурной коммуникации, поскольку его исходными основаниями являются взаимопонимание и уважение к культуре принимающей страны, ее истории и настоящему, признание ее уникальности, толерантное отношение к иным культур-

ным и конфессиональным ценностям. Благодаря этому культурный туризм способен выступать фактором консолидации мирового сообщества. Формой такого взаимодействия становится диалог культур с позиции равенства и бережного отношения к самобытности «чужой» культуры, что обуславливает лучшее понимание собственной культуры.

Туризм выступает как гуманистическая и культуросохраняющая индустрия. В сфере культурного туризма и музейной деятельности наиболее остро поставлена и практически решается задача комплексного подхода к сохранению культурного наследия, его актуализации и оптимального использования.

Однако проблема сохранности культурного наследия в связи с его использованием в музейной деятельности и в индустрии культурного туризма еще не решена. Для музеев она связана с чрезмерными туристскими потоками: несмотря на предпринимаемые меры по охране историко-культурных комплексов, огромный туристский поток может оказать негативное влияние на их состояние, привести к необратимым трансформациям. В качестве эффективного способа сохранения наследия Мишель Паран, член ИКОМОС, предлагает ограничение туристских потоков: «Быть может, идеальным было бы сделать так, чтобы несколько миллионов людей остались “культурно недоразвитыми” и никогда не увидели Джоконду» [3]. При всей спорности такой позиции ее нельзя не принимать во внимание.

Одной из характерных тенденций современности стало усложнение социальной миссии институтов культуры. Например, актуализированную социокультурную миссию музея можно опре-

делить как культурно-экологическую. Она формируется как ответ на угрозы вызовы национально-культурной безопасности. Практическим результатом экологизации музейной сферы стало движение экомузеев, теоретическим – концепция «новой музеологии», ее корреляция с положениями экокультуры как направления экофилософии.

Традиционно культурное наследие сравнивают с духовным генофондом нации: как физическое здоровье нации зависит от биологического генофонда, так его духовное состояние – от культурного наследия. Уничтожение культурного наследия, искусственные «вторжения», «культурная агрессия» могут иметь негативные последствия для культуры и общества.

Основу системы ценностей составляет социальный этос, его важнейшими составляющими являются патриотизм, чувство гражданства, нравственно-эстетический идеал, осознание самобытности и уникальности родной культуры, ее значимость для мирового сообщества.

Учреждения культуры ориентированы на обеспечение трансляции традиций, поддержание национально-духовных мостов между поколениями. Этими задачами определяется их особое место в обеспечении национально-культурной безопасности. Они конституируются как социокультурное пространство, призванное сохранять культурное наследие; вместе с тем, они выражают наиболее значимые тренды, через формулирование и актуализацию общественно значимой проблематики могут способствовать социокультурным переменам.

Отличительной особенностью учреждений культуры (музеев, картинных галерей, культурных центров, би-

блиотек, театров и др.) является адресация к личности, направленность к каждому человеку, а также проблематика, затрагивающая как национально-государственные вопросы, так и семейные, личностные. Благодаря этому они участвуют в формировании культурной идентичности, выступают духовными посредниками, коммуникаторами, трансляторами опыта истории, мировоззренческих ценностей.

Проблема актуализации запроса на культурную память – это проблема общекультурная, общечеловеческая. Уяснение ситуации с помощью музейных экспозиций, театральных постановок, культурных праздников дает возможность сознательно постигать собственное становление в конкретных исторических условиях. Опираясь на предметы, факты, события прошлого, учреждения культуры стремятся к воспроизводству духовной ситуации современности.

Основоположником исследования исторической памяти явился французский историк и социолог М. Хальбвакс. В работе «Социальные рамки памяти» он основывается на утверждении, что индивидуальные воспоминания закрепляются в памяти при помощи определенных социальных рамок [4]. Такими «социальными рамками памяти» выступают туристские дестинации, музейные экспозиции, выставки, подмостки театра: они выступают в качестве ступеней фиксации опыта, выраженного в исторической памяти. Вместе с тем существует социальная

соотнесенность: артефакты культуры воспринимаются через социокультурные установки, предопределенные социальной позицией, жизненным опытом воспринимающего субъекта.

Учреждения культуры и продукты их творческой деятельности становятся неотъемлемой частью общественной жизни, ее духовным средоточием. Они призваны реагировать на события, улавливать действующие тенденции, аккумулировать культурные ценности, репрезентировать ведущие идеи, тем самым обеспечивать непрерывное развитие общественного сознания.

Важнейшая функция культуры – историческая социокультурная селекция, отбор идей, произведений искусства, которые признаются большинством общества в качестве культурных эталонов. Культура способствует осознанию ценностей, их иерархическому структурированию как в рамках всего общества, так и на уровне местных сообществ и каждого человека в отдельности.

Результатом генерации и систематизации ценностей в культурной сфере и в туристских практиках является гармонизация общества и стабильность социальных систем, действенность механизма культурной преемственности. Культурно-экологическая миссия туризма как социального института и учреждений культуры заключается в позитивном воздействии на экологическую культурную ситуацию, в укреплении национально-культурной безопасности, что, в свою очередь, содействует развитию туристских практик.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лихачев Д.С. *Земля родная*. М.: Просвещение, 2012. С. 83.
2. Печчеи А. *Человеческие качества*. М.: Прогресс, 1980. С. 301.
3. Карамашева А.А. *Культурный туризм и*

- его значение в социокультурном развитии регионов в условиях глобализации: дис. ... канд. культурологии*. М., 2010. С. 46.
4. Хальбвакс М. *Социальные рамки памяти*. М.: Новое издательство, 2013. С. 6–7.

О.В. ВИНОГРАДОВА

РОЛЬ ПРАЗДНИКА В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ ТУРИСТСКОГО ВУЗА

Статья посвящается анализу праздника как феномена культуры и как средства профессиональной подготовки студентов в туристском вузе. Анализируется сущность праздника, его роль и функции, особенности ознакомления студентов с традиционной празднично-обрядовой культурой.

Ключевые слова: туризм, профессиональное туристское образование, праздник, празднично-обрядовая культура.

Articles are devoted to the analysis of the holiday as a cultural phenomenon and as a means of training students in the tourist high school. We analyze the nature of the holiday, its role and functions, features familiarize students with traditional festive ritual culture.

Keywords: tourism, professional education in tourism, holiday, festive and ceremonial culture.

В течение многих веков праздники с присущей им атрибутикой, закрепленной в традициях, являлись неотъемлемым элементом культуры, значимым событием для общества и каждого индивида, одним из главных и любимых форм досугового времяпрепровождения.

Праздник представляет собой особый тип социального действия людей, объединяющий их идейно, утверждающий мировоззрение данного общества, его политические, нравственные и эстетические идеалы.

Реконструкция целостной модели праздника как феномена культуры предполагает три этапа: выявление его функциональной специфики в культуре, характеристику структурной организации и определение меры его целостности.

Характеристика функций праздника раскрывается в двух аспектах: празд-

ник как полифункциональная система и праздник как монофункциональная система.

Полифункциональность праздника может быть сведена к взаимодополнительности компенсаторной функции (праздник существует как контраст повседневной психофизиологической умеренности и социальной регламентации); коммуникативной функции (праздник является формой социальной памяти, транслирующей опыт обретения мирочеловеческой гармонии и эмоционально-аксиологическую оценку этого события обществом; хранение и адекватная трансляция этой информации осуществляется посредством символов и ритуала, а также благодаря цикличности праздника в культуре); консолидирующей функции (праздник объединяет общество вокруг единой идеи, способствует социализации индивидов и служит «барометром» социальной аутентичности – культуры); ценностно-ориентационной функции

(праздник актуализирует ценностно-смысловой горизонт культуры); жизнеутверждающей функции (праздник сконцентрирован на ценности жизни, способствует расширению экзистенциального горизонта, направлен на поиск экзистенциального смысла).

В роли монофункции выступает эстетическая мера целостности праздника как события культуры, имеющая эмоционально-рефлексивную и творческо-игровую природу. Праздник как эстетический феномен культуры отвечает потребностям человека в эмоционально-чувственном выражении своего отношения к наиболее значимым для экзистенции или социальной жизни событиям, смыслам и ценностям. Удовлетворяя эстетические потребности человека в игре как способе активизации воображения, в творческом самовыражении, в экспрессии эмоциональных переживаний, праздник предстает как феномен, основной функцией которого является моделирование эстетического отношения человека к миру.

Как эстетический феномен культуры праздник есть символично-ритуальная форма выражения человеком (обществом) эстетического отношения к культуре как способу обретения гармонии с миром.

Праздник, интегрирующий в себе многообразие проявлений и форм человеческого бытия, выступает источником всестороннего развития личности.

Праздник как социокультурный феномен обладает богатым педагогическим потенциалом:

- воспитательный потенциал можно трактовать как возможность формирования через активное участие в праздниках положительного отношения к родной культуре, краю, Отечеству,

труду, традициям и обычаям своего народа, расширяя о них знания и приобщая к ним;

- гармонизирующий потенциал заключается в том, что участник праздничных действий имеет возможность проявить свои, часто невостребованные, способности, гармонизируя тем самым свою личность: способность к организации мероприятия, оформлению декорации и костюмов, актерские данные;

- координирующий потенциал обеспечивает координацию качеств личности, участвующей в праздничном действии, ее эмоционально-волевых, интеллектуальных, физических и социальных качеств;

- внушающий потенциал через содержание праздника обеспечивает общение личности сведений об особенностях праздника и служит основой для формирования эстетического идеала. Создаваемые веками праздники воплотили в себе лучшие представления о характере народа, его самые положительные черты. Сюжеты народных праздников отражают труд, отдых, заботу о других людях и животных, влияя на становление ценностно-нравственных ориентиров личности;

- коммуникативный потенциал понимается исследователями как тезис: «искусство, в том числе и праздник, является общением». Предполагается, что праздник способен побудить личность к общению с другими людьми. Необходимо лишь продумать условия для проявления этого общения.

Этнопедагогический феномен праздников заключается в том, что они как самоценность этнической культуры выступают средством педагогического воздействия, направленного на самосохранение духовной памяти этноса и на

этнокультурное, патриотическое воспитание подрастающего поколения.

Подготовка студентов туристского вуза в сфере фольклорно-этнографической анимации должна осуществляться с учетом этапов организации праздников, что позволит:

- интегрировать и дифференцировать содержание этнокультурного воспитания путем группировки познавательного материала на этапах подготовки праздников;

- включить праздники в учебно-воспитательный процесс, через который осуществляется связь с социальными условиями жизни;

- создать целенаправленный, систематизированный комплекс развивающих занятий, внеучебной деятельности и факультативной работы, который включает материал по ознакомлению с традиционными праздниками своего региона и разных народов.

Ознакомление студентов с традиционной празднично-обрядовой культурой в рамках фольклорно-этнографической подготовки может проводиться по следующим этапам:

- 1) подготовительный этап направлен на формирование у студентов знаний в области празднично-обрядовой культуры. Представляет собой краткий экскурс в историю традиционной празднично-обрядовой культуры и отдельных, наиболее значимых событийных праздников, с выявлением их характерных особенностей и отличий, педагогических функций, значения в культурной жизни народа и в сфере туристской деятельности;

- 2) обучающий этап ориентирован на дальнейшее формирование интереса у студентов к изучению народных праздников и обрядов своего и других регионов, формирование знаний об игро-

вых приемах, технологиях и особенностях организации народных праздников в сфере туризма, а также на развитие творческой фантазии, эмоциональной отзывчивости; проявление активности в самостоятельной организации и проведении праздников;

- 3) игровой этап формирует умения и навыки студентов по организации и проведению праздников, способности представлять себя активным участником изображаемых событий, позволяющих накапливать эмоционально-ценностное отношение к национальной истории и этническим традициям.

На всех этапах используются следующие формы работы: лекционные практические и выездные занятия, экскурсии, поисковые задания в целях изучения и реконструкции народных праздников, а также изучение местных особенностей, характеризующих проявления в праздничной культуре тех или иных качеств людей, населяющих данную территорию (регион). На практическом этапе подготовки в сфере фольклорно-этнографической анимации студенты туристского вуза подключаются к участию в организации и проведении городских праздничных мероприятий, к работе на выставках, предприятиях туризма в качестве помощников режиссера, организаторов, оформителей, сценаристов, актеров, ведущих.

Праздники играют огромную роль в развитии туризма, одним из важнейших мотивирующих факторов которого является событие. Особенно большое воздействие события оказывают на конкурентоспособность туристской дестинации. В настоящее время событийный туризм – это быстрорастущая профессиональная область, в которой туристы – потребители на потенциа-

ном рынке запланированных мероприятий, а индустрия туризма стала заинтересованным лицом в их успехе и привлекательности. Цели и задачи организации событийных фольклорно-этнографических праздников в туризме включают: формирование благоприятного имиджа дестинации, привлечение туристов (особенно в низкий сезон); формирование общества, возрождение городов, культурное развитие, поощрение национальных особенностей.

Процесс организации праздников в рамках подготовки студентов туристского вуза в сфере фольклорно-этнографической анимации предпо-

лагает снять противоречия между потребностью общества в этнокультурном воспитании молодого поколения и низким уровнем знаний у студентов об особенностях празднично-обрядовой культуры; наличием богатого воспитательного потенциала фольклорно-этнографических праздников и неразработанностью в педагогической литературе вопросов их практического применения в образовательном процессе; актуальными потребностями сферы туризма и недостаточным вниманием к использованию празднично-обрядовой культуры в формировании этнокультурной компетенции студентов туристского вуза.

ЛИТЕРАТУРА

1. Приезжева Е.М. Интерактивные формы и методы обучения студентов в туристском вузе // *Вестник РМАТ*. 2011. № 3. С. 129–132.

2. Кальней В.А., Шишов С.Е. Научно-методическое обеспечение разработки программ профессионального туристского образования // *Вестник РМАТ*. 2011. № 1. С. 123–128.

Е.В. СМЕРНОВА

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СКАЗОЧНОГО
ТУРИЗМА В РОССИИ**

Автор обращается к новому туристскому понятию «сказочный туризм», которое рассматривается как новый туристский тренд для развития провинциальных городов России. Описывается опыт ряда регионов России и анализируются перспективы развития этого нового направления туризма.

Ключевые слова: туризм, сказочный туризм, сказочная карта России, турпродукт.

The author examines a brand new concept of “fabulous tourism” as a new trend for the development of provincial Russian towns as tourist destinations. The experience of a number of Russian regions is analyzed to determine the perspective of the development of this new field in tourism.

Keywords: tourism, tourism is a fabulous, fabulous map of Russia, tour product.

В настоящее время в любом регионе в целях развития туризма имеет место разработка комплекса различных маркетинговых мероприятий, среди которых все большую популярность приобретает формирование позитивного отношения к региону и его узнаваемости – территориальный брендинг. Территориальный брендинг направлен на формирование конкурентных преимуществ региона перед другими территориями, а также на улучшение его имиджа, повышение популярности и известности в глазах туристов.

Сказочный туризм – новый туристский тренд для развития провинциальных городов России. В 2010 г. стартовал социальный проект «Сказочная карта России». Суть проекта: найти минимальную привязку персонажей из исконно русских сказок и былин к определенной территории, «прописать» их там и развивать волшебный бренд.

По словам автора проекта Алексея Козловского, идея создания «сказоч-

ной карты» родилась совершенно случайно – возникло желание познакомиться туристов с историческим наследием нашей страны – сказками, былинами и легендами. Первые публикации о «сказочной карте» вызвали интерес у представителей турбизнеса. Так, спустя 3 года мы имеем карту, демонстрирующую потенциал развития «сказочного туризма» как минимум в четырех десятках регионов нашей страны [1].

Великий Устюг запатентовал право считаться родиной российского Деда Мороза, Кострома – местом рождения Снегурочки, в Муроме появился на свет былинный богатырь и русский святой Илья Муромец, из Ульяновска покатился Колобок.

Лидер среди регионов – Ярославская область. На ее просторах проживают Баба Яга, Алеша Попович, Емеля и Щука, Курочка Ряба, Мышкаторушка, Водяной и целое Тридевятое Царство! Таким количеством сказочных персонажей не располагает ни один регион, поэтому один из древних городов Ярославской области (напри-

мер, Переславль-Залесский) с полным правом мог бы претендовать на звание Сказочной столицы России.

В Ярославской области работает первый «сказочный» туроператор – компания «Волга-тур», который отправляет всех, кто верит в чудеса и не хочет расставаться с детством, в путешествие по «Сказочному кольцу России».

Проект «Сказочное кольцо России» – это принципиально новые туристские маршруты, которые сочетают в себе традиционные «раскрученные» объекты показа, легенды древних городов Золотого кольца и встречи с любимыми героями русских сказок. В проект включены также территориально находящиеся в пределах Золотого кольца, но официально не включенные в состав маршрута самобытные малые города и поселки. Проект «Сказочное кольцо России» создан на основе информационного проекта «Сказочная карта России» (автор – А. Козловский) [2].

Путешествия по «Сказочному кольцу России» предполагают:

- встречи со сказочными героями в форматах красочных анимационных представлений, игр, праздников;
- интерактивные, игровые программы, анимацию, мастер-классы русских ремесел;
- новые форматы экскурсий при посещении известных памятников истории и архитектуры;
- знакомство с местными кулинарными традициями.

Сказочный инновационный проект:

- уникальный, единственный в России по наполнению и содержанию продукт, не имеющий аналогов в мире;
- современный; 80% потребителей предпочитают традиционным экскурсиям интерактивные программы, игры и мастер-классы;

- перспективный; открыт для присоединения – могут появляться суббренды и новые проекты;

- креативный; возможна реализация самых необычных идей для создания новых маршрутов и событий: в разработке находятся «вкусные туры», интернет-проект и социальная сеть «Сказочное посольство», организация сказочных фестивалей и программ и т.д.

Туристские и маркетинговые цели проекта:

- возрождение интереса к внутреннему туризму, в том числе к территории Золотого кольца;
- увеличение потока туристов в регионы «Сказочного кольца России»;
- знакомство туристов с российской историей, культурой и традициями в доступной игровой форме;
- создание условий для появления новых туристских объектов, разработки новых маршрутов;
- влияние на имидж и инвестиционную привлекательность территорий;
- использование проекта как инструмента маркетинга территорий.

Социально-экономические цели проекта:

- создание новых субъектов малого и среднего бизнеса в сфере туризма и их развитие;
- увеличение числа рабочих мест в сфере турбизнеса;
- обеспечение роста налоговых поступлений в местные и региональные бюджеты;
- вовлечение местного населения, обеспечение его занятости, повышение его интеллектуального и образовательного уровня.

Широкая целевая аудитория:

- дети (детские туры);
- семьи с детьми (семейные туры);
- взрослые и дети (сборные туры);

• взрослые (туры для корпоративных групп).

Таким образом, потребители сказочного продукта – это люди любого возраста, вне зависимости от социально-экономического положения, которые предпочитают традиционным экскурсионным турам программы, насыщенные играми, интерактивом, мастер-классами, яркими эмоциональными впечатлениями.

Сегодня компанией «Волга-тур» разработано более 15 сказочных маршрутов – «Сказка Ремесленная», «Сказка Богатырская», «Сказка в Тридевятом Царстве», «Сказка Вкусная», «Сказка на новый лад», «Сказка Вятская про Кикимору» и др. В маршруты входят такие города, как Переславль-Залесский, Ростов Великий, Мышкин, Ярославль, Углич, Кострома, Муром и др.

Так, туристов, отправившихся в тур «Сказка в Тридевятом Царстве», ждет путешествие по маршруту Переславль-Залесский – Ростов Великий от Дома Берендея и музея «Рождение сказки» до родины былинного богатыря Алеши Поповича. Путешествие сопровождается знакомством со сказочными героями Ярославской земли, красочными анимационными представле-

ниями, играми, мастер-классами русских ремесел. Все участники получают сказочные паспорта. Туристы загадают желание у магического Синего камня, отведают «кашу из топора», испекут колобок, поймают исполняющую желания щуку, расколдуют царевну-лягушку, померятся силой с богатырями, совершат другие сказочные подвиги. Победители получают шапку-невидимку, сапоги-скороходы, скатерть-самобранку, молодильные яблочки и живую воду.

По словам А. Козловского, на данный момент руководители сказочных проектов в регионах фиксируют стабильный рост туристов в поместья – резиденции своих героев, что вселяет уверенность в позитивном развитии проекта.

Кроме того, у «Сказочной карты России» скоро появится постоянная информационная площадка в Московском регионе. В национальном конном парке «Русь» до июня 2014 г. будут работать «Сказочное посольство» и тематический парк «Долина сказок». В «Сказочном посольстве» можно будет получить всю информацию обо всех волшебных маршрутах по «Сказочной карте России».

ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. URL: <http://www.tourbus.ru/news/7202.html>

2. URL: <http://www.tourbus.ru/news/7202.html>

УДК 351.82

Л.В. КУРИЛО

НОВЫЕ КОНЦЕПЦИИ МУЗЕЕВ: ИНТЕГРАЦИЯ В СОВРЕМЕННОЕ ОБЩЕСТВО

Раскрываются новые концепции музеев, основная идея которых – интегрировать музеи и музейную деятельность в окружающую среду. Большое внимание в современных музеях уделяется проблеме социализации, влиянию экспозиций и мероприятий музеев на мировоззрение людей, в том числе и с помощью возможностей современной техники и технологий.

Ключевые слова: музеология, музей, музейная работа, социализация, технологии обслуживания посетителей, интерактивное оборудование музеев.

The article describes a new concept of museums, which the main idea is to integrate museums and museum activities in the society, analyzes the influence of modern museums on the socialization and the impact of exposures and activities of museums on the worldview of people, including the possibilities of using modern technologies.

Keywords: museum, museum activity, socialization, modern technologies, interactive museums equipment.

Музеи столичных городов воспринимаются сегодня в качестве важной градообразующей структуры, объединяющей городское сообщество и воспитывающей новые поколения горожан. По профилю выделяют исторические, художественные, естественно-исторические, технические, литературные, а также комплексные музеи.

В начале XXI в. в Европе на Генеральной конференции ИКОМ (Международный совет музеев при ЮНЕСКО), состоявшейся в Лондоне, оформилась в качестве самостоятельного движения «Новая музеология». Основные цели движения – интеграция музея в окружающую среду, социализация музея; требование к музею не только регистрировать прошлое, но и использовать его, чтобы влиять на настоящее и будущее конкретного сообщества (концепции «музея-форума» Д. Камерона, «му-

зея без границ», «музейной коммуникации»).

XXI в., ориентированный на коммерческий успех, шоу и медиа, предложил новую концепцию музея. Музей стал пониматься не как архив, а как часть индустрии развлечений, и требования к нему стали предъявляться соответствующие: прежде всего развлечь зрителя, затем оказать ему некий набор услуг и посредством этих инструментов дать зрителю образование, информацию, т.е. внедрить в его сознание собственно культурный багаж. Крупнейшие музеи мира, стремясь привлечь публику, превращают серьезные выставки в увлекательные зрелищные продукты, сопровождаемые множеством соблазняющих периферийных продуктов. Для описания такой музейной политики часто используется термин-неологизм *artainment*, т.е. искусство (art) плюс развлечение (entertainment).

Новые элементы встречаем мы и в московских музейных экскурсиях. На-

пример, в Музее-заповеднике «Московский Кремль» проводится тематическая экскурсия с элементами театрализации «Во кремлевских во палатах»: экскурсовод встречает школьников у Кутафьей башни и по Троицкому мосту проводит в древний город. Подростки знакомятся с такими памятниками, как Потешный дворец и Грановитая палата, которые видели и кремлевские жители в XVII в. Экскурсовод предлагает сравнить современный и старинный планы Кремля и переходит от показа сегодня существующих зданий к разговору об усадьбах XVII в. Он приглашает учащихся в единственную музеефицированную из сохранившихся гражданских построек – Патриаршие палаты, рассматривая их как типичный дворец представителя высшей знати. В ходе экскурсии школьники постепенно погружаются в прошлое. Кульминационным моментом становится встреча в жилых покоях с «русской царицей», в ходе беседы с которой учащиеся не только знакомятся с русским бытом XVII в., но и сравнивают этот быт с современным. Постепенно дети становятся участниками разыгрываемого действия, надевая одежды, сшитые из натуральных тканей по образцам древнерусского костюма.

Такая экскурсия помогает в изучении русской истории, знакомит с повседневной жизнью знатного русского человека XVII в.

Музей «Старый английский двор» предлагает костюмированные экскурсии:

- «Рассказы иноземного солдата»: обзорная экскурсия по музею, проводится гидом, одетым в костюм немника-мушкетера конца XVI в.

- «Рассказы иноземного купца»: обзорная экскурсия по музею, проводит-

ся гидом, одетым в костюм английского купца первой половины XVII в.

Игровые экскурсии:

- «Навигацкая школа»: образовательная программа, в игровой форме знакомит школьников с основами географии, астрономии и навигации XVI–XVII вв. на примере морской экспедиции из Англии в Россию.

- «Путешествие по старому дому»: в ходе экскурсии школьники в доступной игровой форме знакомятся с историей Старого английского двора.

В процессе взаимодействия между экскурсантами и экскурсоводом, прочим персоналом музея, который в той или иной степени общается с посетителями музея, формируется отношение гостей к самому музею, выставочному материалу, представленному в нем, сервису, комфорту, созданным специально для экскурсантов, а значит, и настрой на эффективный прием информации. От доброжелательности и профессионализма всего персонала музея, принимающего посетителей, во многом зависит, захочет ли турист посетить данный музей еще раз.

Помимо анимационных программ многие музеи включают в обслуживание и новые формы. Например, несколько лет назад накануне Всемирного дня музеев, который проводится 18 мая, появилась программа «Ночь в музее», которая сегодня пользуется большим спросом у посетителей. Каждый музей продумывает свою авторскую программу, чтобы быть уникальным. Традиционными стали бесплатные экскурсии, проводимые в дни школьных каникул и в определенный будний день недели.

Музей Москвы – один из старейших в столице. Он был создан в декабре 1896 г. как Музей московского го-

родского хозяйства. За 112 лет музей преобразовался в крупный центр истории города, его социальной жизни и культуры. В 1994–2008 гг. музей сформировался как музейное объединение, им накоплен большой опыт научной, экспозиционно-выставочной, научно-просветительской работы. В 2004 г. музей преобразован в Государственное учреждение культуры города Москвы «Музейное объединение “Музей истории Москвы”», а в 2008 г. переименован в Музей Москвы. По мнению специалистов, это название больше соответствует цели и предназначению главного музея столицы.

Музей Москвы занимает лидирующее положение в установлении международных и региональных профессиональных контактов. Несколько лет назад по инициативе музея был создан новый комитет Международного совета музеев – Комитет по коллекциям и деятельности музеев городов, объединивший крупнейшие музеи столиц и городов мира (более 100 музеев).

В последние годы в Москве и Подмосковье после реконструкции и реставрации открывается ряд музеев.

В 2007 г. после реставрации открылся Государственный историко-архитектурный, художественный и ландшафтный музей-заповедник «Царицыно». Дворцово-парковый ансамбль, заложенный по распоряжению Екатерины II в 1776 г., задуман и выполнен архитектором В. Баженовым, Большой дворец – строился на месте трех снесенных баженовских дворцов – архитектором М. Казаковым. После смерти Екатерины II строительство было прекращено. Усадьба постепенно приходила в упадок. С момента открытия в усадьбе музея функционировали лишь несколько зданий, и по-

этому прошедшая реставрация открыла перед посетителями уникальные интерьеры Большого дворца, нарядные галереи Малого и Среднего дворцов, массивный корпус Хлебного дома, колоннады Кавалерских корпусов.

После многолетней реставрации, начавшейся в 1986 г., поэтапно открываются для посещения экскурсантов парадные залы Дворца в Государственном музее-усадьбе «Архангельское». К началу летнего сезона, кроме Парадного вестибюля и Овального зала, будут открыты Парадная столовая, Императорский зал, Парадная спальня и другие залы. Ранее было открыто старейшее в Москве здание театра с уникальными декорациями итальянского художника Пьетро Гонзаго; Колоннада, в которой представлены выставки и проходят музыкальные и литературные салоны, Конторский флигель, Каретный сарай с каретами владельцев усадьбы, парк со скульптурой XVII–XVIII вв. На территории французского регулярного парка проходят массовые шоу «Джаз. Усадьба», свадебные мероприятия с кортежами на прогулочных колясках и другие праздники.

В настоящее время на реставрации находятся еще два уникальных музея – Государственный музей керамики и усадьба «Кусково» XVIII в. и Государственный музей-усадьба «Останкино». В Москве проживают более 2,5 млн пожилых людей и людей с ограниченными физическими возможностями. В 2010 г. после реконструкции открылся Московский планетарий – один из самых больших в мире и самый старый планетарий в России. Одна из задач реконструкции данного музея – не только сделать музей доступным для всех категорий посетителей по стоимости посещения, но и обеспечить их ком-

фортное пребывание, сделать его интересным по содержанию. Основным направлением деятельности Московского планетария является популяризация естественнонаучных знаний в области космоса.

Здание планетария включает несколько уровней и разделено на функциональные зоны. Непосредственно под куполом расположен Большой звездный зал, проектор которого позволяет увидеть свыше 9 тысяч небесных тел и их перемещения по небу с течением времени. Диаметр купола-экрана – 25 метров, а площадь – 1000 квадратных метров. Это самый большой купол Европы. Зал оборудован с учетом новейших разработок в области проекционных технологий. На самом нижнем, подземном, уровне находится Малый звездный зал, предназначенный для показа детям звездного неба в миниатюре. Это единственный в России зал с купольным экраном, динамическими креслами и стереопроекцией. Такое сочетание оборудования в небольшой по размерам студии заставляет зрителя самому стать героем фильма.

В последние годы совершенствуется материально-техническое оснащение музеев. Например, 4D-кинотеатр – система стереопроекции, динамических кресел и спецэффектов. Великолепное качество изображения, ощущение падения в пропасть, ускорения или полета, запахи, дым, снег и многое другое погружают зрителя в реальность происходящего на экране, позволяя совершать увлекательные путешествия в пространстве и во времени.

На первом уровне планетария располагаются экспозиции музея «Лунариум» и залы музея «Урания».

В интерактивном музее «Лунариум» представлена экспозиция по астроно-

мии и физике. По оснащению «Лунариум» не уступает европейским научным центрам и музеям. Он размещается на двух этажах и состоит из разделов «Астрономия и физика» и «Постижение космоса». В экспозиции представлено более 80 экспонатов, которые в игровой форме наглядно демонстрируют различные физические законы и явления природы. Здесь проявления законов природы иногда наглядны, иногда забавны, иногда выглядят как чудо. Музей «Урания» назван в честь музы астрономии. Первый уровень музея посвящен истории планетария и истории развития инструментов и методов познания Вселенной. Кроме того, в комплексе планетария есть кафе и буфеты, работающие до поздней ночи, и «Магазин космических сувениров».

Особое внимание уделяется людям с нарушением зрения, слуха, опорно-двигательного аппарата. Для этого разработаны новейшие методики экспозиционной и выставочной практики, инфраструктура доступности. В музейном пространстве предусмотрено инженерно-техническое обеспечение: лифты, эскалаторы, широкие и ровные проходы по маршруту, подъемники, рекреационные зоны, соответствующие нормативным требованиям. Это обеспечивается не только инженерными средствами, но и специальными музейными приемами построения экспозиции, звуковыми усилителями речи экскурсовода. Сегодня Планетарий является самым совершенным в технологии обслуживания посетителей (Программа «1000 инновационных технологий»).

Новое время диктует новые, более повышенные требования и к комфорту. Современная экскурсия – это культурный и досуговый процесс, решаю-

ший задачу оптимального и выразительного представления информации. Экскурсия включает не только осмотр ценнейших объектов, но и огромный объем уникальной информации, содержащейся в фондах, хранилищах, и поэтому она должна быть окружена мощной инфраструктурой, обеспечивающей быстрый и удобный доступ к сведениям. При этом необходимо использовать современные компьютерные технологии, включая Интернет, другое материально-техническое оснащение. Нельзя забывать и об огромной научно-исследовательской и просветительской роли экскурсионной деятельности, что, в свою очередь, предполагает современное техническое сопровождение проведения презентаций и экскурсий.

Бурное развитие мультимедийной и презентационной техники привело к тому, что сегодня она представлена широким спектром мультимедийных проекторов, плазменных и жидкокристаллических (ЖК) панелей, LED-экранов и другим оборудованием. Диапазон характеристик этих приборов настолько широк, что позволяет использовать их практически везде – от небольших специально оборудованных экскурсионных транспортных средств до огромных, хорошо освещенных залов.

Для удобства ориентации клиентов в офисе, экскурсантов в музее или учебном комплексе и другого вида экскурсии, им требуется предоставить информацию, отличную от традиционных этикеток и проспектов. Для этого можно использовать разнообразные информационные панели, в том числе жидкокристаллические и плазменные. Это позволяет давать информационные сообщения в красочной, запоминающейся форме и оперативно менять их

в случае необходимости. Плазменные и ЖК-панели используются и для специальных тематических показов в экскурсиях или музеях – «говорящие этикетки» (Палеонтологический музей в Москве и др.).

Видеоинсталляция – наиболее распространенная область применения мультимедийной техники в музеях. Использование ее в экспозициях создает особую атмосферу и динамику. Именно с помощью аудиовизуальных средств удается достичь эффекта погружения в прошлое, почувствовать особенности прошлых эпох и совершенно другими глазами увидеть саму экспозицию. Такой эффект был достигнут в Музее Анны Ахматовой, где посетителя со всех сторон окружают звуки города начала XX в.

С помощью мультимедийной техники особого эффекта удается достичь на выставках, которые переключаются или напрямую связаны с современностью. Так, при организации экспозиции, посвященной Дню города Москвы, удалось органично вписать в нее зарисовки современной столицы, ее пригородов. На выставке «Абстракция. XX век» для видеопозора был выделен целый зал, где на огромном экране демонстрировались фильмы, посвященные творчеству представленных в экспозиции художников.

В последнее время в современных музеях все чаще используют интерактивные системы – информационные киоски и touch-панели. Посетитель сам может управлять информационным потоком, выбирая интересующие его сведения, прикоснувшись пальцем к экрану. Чувствительная поверхность дисплея немедленно реагирует и передает данные управляющей программе, которая отображает на экране со-

ответствующий раздел или тему. Кроме того, в музеях появились специальные системы, использующие проекторы, реагирующие на перемещения человека в пространстве выставки или на движение его руки.

Одним из интересных примеров использования интерактивных дисплеев можно считать инсталляцию в Палеонтологическом музее. Там была установлена плазменная панель с интерактивной насадкой touch screen. Дотронувшись до экрана, можно получить исчерпывающую информацию о каждом объекте показа.

В Государственном музее изобразительных искусств им. А.С. Пушкина в качестве системы отображения информации используются цифровые мультимедийные проекторы, позволяющие создавать высококачественное изображение большого размера для демонстрации многочисленной аудитории. Источником сигнала для такого проектора являются, как правило, компьютер, DVD-проигрыватель, видеомаягнитофон, видеокамера, визуалайзер (документкамера), слайд-конвертер и т.д. С помощью этой техники проектор может отображать практически любую визуальную информацию.

Благодаря Интернету и бурному развитию инфраструктуры цифровых коммуникационных сетей современный музей получил возможность организовывать видеоконференции, демон-

стрировать свои коллекции всем желающим, в том числе людям, проживающим в других городах и странах. Организовав канал видеоконференции, музей может принять в своих стенах посетителей из весьма удаленных уголков мира. Бесспорно, что естественное и виртуальное посещение музея значительно отличаются друг от друга, однако трудно переоценить просветительское и социально-культурное значение этого.

Глобальная сеть Интернет стала важной частью культурной жизни вообще и жизни туристско-экскурсионного бизнеса в частности. Компьютер стал рабочим инструментом работников сферы туризма. Идет стремительное освоение виртуального пространства.

В последние годы большое распространение в обслуживании туристов и экскурсантов приобрело использование системы «аудиогид». Система позволяет проводить экскурсии, давать информационные сообщения без фактического участия экскурсовода. Аудиосредства широко используются в музейных экскурсиях (например, в Государственной Третьяковской галерее). Музеи Кремля предполагают и прокат аудионаушников.

Конечно, ни одна самая совершенная техника не заменит хорошего специалиста. Но получить минимальную информацию об интересующем экскурсанта объекте таким образом возможно.

ЛИТЕРАТУРА И ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Мастеница Е.Н. Новая музеология в контексте идей экологии культуры // *Фундаментальные проблемы культурологии*. Т. VI. М.,

СПб.: Новый хронограф, Эйдос, 2009. С. 364–371.

2. URL: <http://www.mosmuseum.ru/>

3. URL: <http://www.planetarium-moscow.ru>

Бабочкин П.И. – д-р филос. наук, профессор, профессор кафедры общегуманитарных дисциплин РМАТ, nir-rmat@mail.ru

Балезина Т.В. – зам. завкафедрой FEMTEC по устойчивому развитию туристских дестинаций РМАТ, russpa@yandex.ru

Виноградова О.В. – ст. преподаватель кафедры экскурсоведения и анимации РМАТ, аспирант, madonnaO@mail.ru (науч. руководитель В.А. Кальней, д-р пед. наук, проф.)

Еранцева Е.М. – ст. преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга РМАТ, lduck@yandex.ru

Ефимов А.Д. – д-р экон. наук, профессор кафедры менеджмента гостеприимства Московского филиала РМАТ, sec.mfrmat@gmail.com

Ефремцева Т.Н. – канд. пед. наук, доцент, завкафедрой иностранных языков и зарубежного страноведения РМАТ, efremtseva3@rambler.ru

Захарова Т.В. – доцент кафедры дизайна архитектурной среды РМАТ, sec.mfrmat@gmail.com

Здоров А.Б. – д-р экон. наук, доцент кафедры экономики и финансов РМАТ, nir-rmat@mail.ru

Здоров С.А. – ст. преподаватель СПбГУП НОУ ВПО «Институт искусств и информационных технологий», nir-rmat@mail.ru

Ильвицкая С.В. – д-р архитектуры, завкафедрой дизайна архитектурной среды РМАТ, советник Российской академии архитектуры и строительных наук, ilvitskaya@mail.ru

Именнова Л.С. – д-р культурологии, профессор кафедры общегуманитарных дисциплин РМАТ, imennova@yandex.ru

Ищенко В.М. – д-р техн. наук, профессор, первый заместитель директора Московского филиала РМАТ, ivm58@mail.ru

Каганович-Минервина М.Г. – доцент кафедры дизайна архитектурной среды РМАТ, sec.mfrmat@gmail.com

Квартальнов А.В. – д-р пед. наук, доцент, директор Воскресенского института туризма – филиала РМАТ, vfrmat@mail.ru

Киреева Ю.А. – канд. пед. наук, доцент, 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

Круглова О.В. – профессор кафедры дизайна архитектурной среды РМАТ, sec.mfrmat@gmail.com

Курило Л.В. – канд. пед. наук, доцент, профессор кафедры экскурсоведения и анимации РМАТ, dekanat-rmat@mail.ru

Лоншакова Н.А. – д-р социол. наук, профессор, завотделом аспирантуры РМАТ, lonshakova_nadia@mail.ru

Лоншакова Н.Е. – канд. полит. наук, ведущий консультант Департамента государственного консалтинга ЗАО «АКГ “РБС”», lonshakova_nadia@mail.ru

Лункарь И.Е. – доцент кафедры дизайна архитектурной среды РМАТ, sec.mfrmat@gmail.com

Любакова Т.П. – доцент кафедры дизайна архитектурной среды РМАТ, sec.mfrmat@gmail.com

Мочёнов В.П. – канд. пед. наук, доцент, зам. завкафедрой общегуманитарных дисциплин РМАТ, mochenov2007@yandex.ru

Мошняга Е.В. – д-р филос. наук, доцент, декан факультета магистерской подготовки РМАТ, emoshnyaga@gmail.com

Пранов Б.М. – д-р техн. наук, профессор, завкафедрой менеджмента, информационных технологий и международного туризма Московского филиала РМАТ, boris.pranov@gmail.com

Приезжева Е.М. – канд. пед. наук, доцент, завкафедрой экскурсоведения и анимации РМАТ, elizaveta_rmat@mail.ru

Середина Е.В. – канд. геогр. наук, доцент, профессор кафедры менеджмента информационных технологий и международного туризма РМАТ, evseredina@mail.ru

Смирнов А.В. – ст. преподаватель кафедры дизайна архитектурной среды РМАТ, sec.mfrmat@gmail.com

Смирнова Е.В. – канд. пед. наук, доцент, доцент кафедры экскурсоведения и анимации РМАТ, stepanova_k@rambler.ru

Субботина Е.В. – канд. техн. наук, доцент, профессор кафедры менеджмента гостеприимства Московского филиала РМАТ, sova-sova007@yandex.ru

Трофимов Е.Н. – д-р полит. наук, ректор РМАТ, rector@rmat.ru

Чаурская Н.В. – ст. преподаватель кафедры FEMTEC по устойчивому развитию туристских дестинаций РМАТ, russpa@yandex.ru

Шариков В.И. – канд. пед. наук, доцент кафедры экономики и финансов РМАТ, dekanat_rmat@mail.ru

Элиарова Т.С. – канд. пед. наук, доцент, профессор кафедры менеджмента гостеприимства Московского филиала РМАТ, zavcaf@gmail.com

ПОДПИСКА

Вестник РМАТ

*Научно-практический журнал,
рассматривающий проблемы развития туристики как науки,
экономики туриндустрии, педагогические проблемы
профессионального туристского образования*

Рубрики:

- Туристика
- Экономика туризма
- Педагогика профессионального образования

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.

CONTENTS

<i>Trofimov, E.N.</i> The results of a school year and plans for future	3
TOURISM STUDIES	
<i>Moshnyaga, E.V.</i> Tourism development in postmodernism	15
<i>Mochenov, V.P.</i> Tourism and multicultural space	20
<i>Seredina, E.V.</i> Comparative evaluation of the resources of resorts of Yalta and of Grand Sochi	26
<i>Zdorov, A.B., Zdorov, S.A.</i> Development of a contest-tourism in the tourist destination of Sochi	38
<i>Kireeva, Y.A.</i> Problems of development of accessible tourism in Russia	41
<i>Chaurskaya, N.V., Balezina T.V.</i> Role and prospects of cross the year of tourism in Italy and Russia	45
TOURISM ECONOMICS	
<i>Kozyrev, V.M.</i> Problems of a new economical strategy in Russia	48
<i>Kvartalnov, A.V.</i> Problems of assessment of innovative potential of a tourism organization	55
<i>Erantseva, E.M.</i> Differentiation of tourism services as a condition of competitiveness	61
<i>Sharikov, V.I.</i> Investment attractiveness of tourist destinations of the Moscow region	64
<i>Lonshakova, N.A., Lonshakova, N.E.</i> Development of a public policy in tourism	69
PROFESSIONAL EDUCATION PEDAGOGY	
<i>Efimov, A.D., Eliarova, T.S.</i> Russian higher education in the conditions of development of international education market	77
<i>Yefremtseva, T.N.</i> International quality standards as a prerequisite of a new paradigm of professional tourism education	79
<i>Pranov, B.M.</i> Training of highly qualified specialists: the possibility of implementation of PhD-programs in Russia	84
<i>Babochkin, P.I.</i> Student as an active subject in higher education	90
<i>Subbotina, E.V., Ishchenko, V.M.</i> Modern approach to the evaluation of professional education in the hospitality industry	95
TEACHING ARCHITECTURAL DESIGN IN TOURISM	
<i>Ilvitskaya, S.V., Smirnov, A.V.</i> Development of cultural and leisure infrastructure to preserve the historical and architectural heritage	100
<i>Kruglova, O.V., Kaganovich-Minervina, M.G.</i> Design of an architectural landscape environment in tourism on the base of the chair of design of architectural landscape	104
<i>Lunkar, I.E.</i> The concept of designing of building architectural environment of a tourist destination	108
<i>Lyubakova, T.P.</i> Formation of stylistic concepts in design	117
<i>Zakharova, T.V.</i> Creative approach to education in the architectural	120
THEORY, METHODOLOGY AND ORGANIZATION OF EDUCATIONAL AND CULTURAL ACTIVITY	
<i>Priezzheva, E.M.</i> Job animation team at the winter Olympics «Sochi-2014»	124
<i>Imennova, L.S.</i> Travelling as a type of tools of solving the problems of national and cultural safety	127
<i>Vinogradova, O.V.</i> Role of a holiday in development of tourism and in professional training of students	132
<i>Smirnova, E.V.</i> Fabulous future development of tourism in Russia	136
<i>Kurilo, L.V.</i> New concept of museums: integration in modern society	139
About the authors	146
Contents	148

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»).

Полутоновые 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 — в алфавитном порядке; 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