БАЛТИЙСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И. КАНТА

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И СЕРВИСА

Материалы Международной
научно-практической конференции
студентов и аспирантов

г. Калининград
22 апреля 2011 года

Выпуск 5

Под редакцией В. С. Корнеевца, Л. В. Семеновой

Издательство
Балтийского федерального университета им. Иммануила Канта
2011

УДК 338.48(470.26)
ББК 65.433(2Р3104К)
Т108

Редакционная коллегия

В. С. Корнеевец, канд. экон. наук, доцент (отв. редактор)
В. Павловски, канд. пед. наук, профессор (Польша),
И. И. Драгилева, канд. геогр. наук, доцент
Л. В. Семенова, канд. экон. наук, доцент
Е. П. Мутавчи (отв. секретарь)

Т 108 **Туристско-рекреационный потенциал и особенности развития туризма**: материалы Междунар. науч.-практ. конф. студ. и асп. / под ред. В. С. Корнеевца, Л. В. Семеновой. — Вып. 5. — Калининград: Изд-во БФУ им. И. Канта, 2011. — 185 с.
ISBN 978-5-9971-0151-0

Сборник содержит материалы пятой Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов «Туристско-рекреационный потенциал и особенности развития туризма», проходившей 31 апреля 2010 года и посвященной актуальным проблемам развития туризма, вопросам влияния государственной политики на региональный и международный туризм и особенностям отдельных направлений этой сферы. Рассматриваются проблемы формирования имиджа территории, конкурентные возможности туризма и его развитие в регионах, а также перспективы различных видов туризма.

Представляет интерес для преподавателей, аспирантов, студентов и практических работников сферы сервиса и туризма.

УДК 338.48(470.26)
ББК 65.433(2Р31-4К)

ISBN 978-5-9971-0151-0

© Коллектив авторов, 2011
© БФУ им. И. Канта, 2011

СОДЕРЖАНИЕ

Актуальные вопросы развития туризма

Зафрен-Хариф Ю. Д. К вопросу введения финансовых гарантий профессиональной ответственности туроператов 6
Федоренко Е. А. Игорно-рекреационные кластеры: понятие, структура, механизм функционирования 14
Кошелева А. И. Проблемы и тенденции развития туристской деятельности на региональных рынках 21
Шаповал Е. В. Психологическая составляющая социальной рекламы в туризме..... 29
Петров Д. А. Социальные факторы, влияющие на формирование туристических потоков..... 33
Филиппов Ю. Ю. Мировые достопримечательности, утраченные в Новейшее время 37
Аскаров М. А. Опыт развития выездного религиозного туризма в России (на примере ислама)..... 49
Гребнев А. Анализ маркетинговой политики в сфере оказания услуг горнолыжных комплексов..... 56
Скрипкин А. А. Перспективы развития охотничьего туризма в Республике Башкортостан 59
Калмыкова М. К. Нижневолжский глобальный геопарк: Вольский кластер 64
Атаханова Л. Д. Анализ рынка санаторно-курортных услуг г. Альметьевска 67
Крумин Ю. Культурно-экскурсионный тур по области Ханья о. Крит 71
Гритченко Л., Ивлева О. В. Клайпеда как объект туризма 73
Варенов А., Сыроегина Д. Возможности Городецкого района в связи с созданием туристского маршрута 77

Аронович Н. М., Лычак Я. Д. Факторы развития событийного туризма в Калининградской области 81
Рыкова В. С. Региональные проблемы и перспективы развития туризма и гостеприимства в Черняховском районе..... 84
Гамм Е. В., Ивлева О. В. Перспективы развития туризма в Калининградской области на примере имения Грюнхофф 92
Петушкова М. О. Драгилева И. И. Прусская кухня как объект событийного туризма в Калининградской области 95
Лищук К. А. Земля Шлезвиг-Гольштейн (Германия) как объект туризма 101
Ефимова Ю. С., Лычак Я. Д. Русская усадебная культура как перспективное направление развития туризма..... 107
Минжесова О. О., Саакова В. А. Таджикистан как перспективное направление развития туризма в Центральной Азии..... 111

Развитие гостиничного бизнеса и индустрии питания

Чернятина Н. В. Проблема неблагонадежности персонала в ресторане..... 116
Фомичева К. В. Анимационные предложения для поколения *Z* в курортных гостиницах Египта 120
Колесникова А. Е. Сравнительный анализ категорий предприятий общественного питания в России и США..... 126

Вопросы образования в индустрии гостеприимства

Мутавчи Е. П. Принципы взаимодействия на занятиях по дисциплине «Психология гостеприимства»..... 132
Потап Е. В., Драгилева И. И. Роль международного научного сотрудничества в подготовке будущих выпускников 135
Гринько З. И., Чернышев А. А. Подготовка авиационного персонала на факультете сервиса..... 142
Борисова Е. А. Исследование социально-психологического климата в группе (на примере будущих специалистов по сервису)..... 144
Шевченко О. А. Психологические зависимости студентов факультета сервиса..... 150
Шевченко О. А., Мутавчи Е. П. Поведение будущих специалистов сервиса в экстремальной ситуации 153

Прикладные исследования в сфере сервиса

Беликова А. О. Экспертная система в дорожно-транспортной системе города 156
Бондаренко К. А. Разработка рекомендаций по применению средств улавливания паров легких нефтепродуктов на нефтебазах 165
Быковская М. В. Анализ мероприятий по сокращению времени на строительство линейной части газопровода в Калининградской области 168
Кошоридзе Т. Г. Исследование проблем функционирования фильтрационного газового оборудования на базе КС «Краснознаменск» 172
Михальская Я. В. Уровни степени соответствия сертификации в автотранспортной отрасли 175
Шербань П. С. Исследование технического состояния и разработка рекомендаций по ремонту газопровода «Каунас — Калининград» 179

Ю. Д. Зафрен-Хариф,
соискатель (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

К вопросу введения финансовых гарантий профессиональной ответственности туроператов

Туризм — одна из наиболее перспективных и динамично развивающихся отраслей экономики. По данным Всемирной туристской организации, несмотря на периодические кризисные явления, происходит фактически непрерывный рост международных прибытий: с 25 млн человек в 1950-х годах до 277 млн в 1980-х, 438 млн в 1990-х, 681— в 2000 году и, наконец, 880 млн в 2009-м. ВТО прогнозирует, что к 2020 году этот показатель достигнет 1,6 млрд (см. рис.) [13].

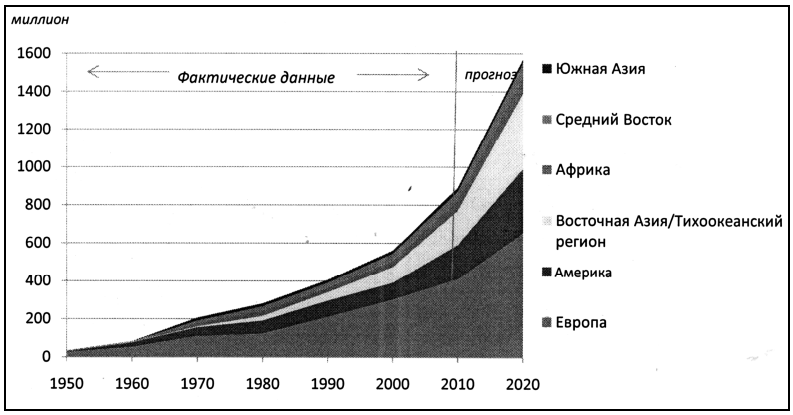


Рис. Рост международных прибытий

Известно, что во многих странах международный туризм является стабильным источником валютных поступлений. Туристская индустрия — важный сектор глобальной экономики, чей вклад в мировой ВВП составляет 5 % с учетом устойчивого мультипликативного эффекта в сопутствующих отраслях. При этом отрасль становится главным «создателем» рабочих мест во всех странах, обеспечивая 6—7 % занятости в мире.

На современном этапе туризм — мощный источник доходов, обеспечивающий 30 % экспорта услуг в мире и 45 % — в развивающихся странах [12].

В 2009 году доход от туристской деятельности составил 852 млрд долларов США, из них на Российскую Федерацию приходится всего 9,297 млрд долларов, что составляет менее 1 % от общемирового дохода [14]. По итогам прошедшего года доля туризма в ВВП России составляет 2,5 %, что существенно ниже подобного показателя в большинстве развитых стран мира.

Несмотря на то что многие эксперты сходятся во мнении о колоссальном потенциале России для развития туризма, доля страны в распределении доходов от туристской деятельности незначительна. Среди основных причин, сдерживающих развитие туризма в Российской Федерации, специалисты, наряду с недостаточно развитой инфраструктурой, дефицитом квалифицированных кадров, пассивностью маркетинговой политики государства, называют отсутствие должной законодательной базы, адаптированной к современному рынку туристской индустрии.

Вопрос о регулировании туристского рынка встал еще после распада СССР в начале 1990-х годов, тогда в данном направлении были сделаны первые существенные шаги. В 1996 году был принят федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [4], тогда впервые появился отраслевой закон, который установил принципы государственного регулирования туристской деятельности и определил способы ее регулирования: лицензирование, стандартизация, сертификация; описал права и обязанности

туриста; закрепил структуру договора по оказанию туристских услуг.

Интенсивный рост спроса на туристские услуги[1] и увеличение количества туристских предприятий[2] на рынке способствовали и появлению недобросовестных предпринимателей, наживавшихся на доверчивости туристов. До 2007 года основным признаком легитимности существования туристской фирмы было наличие у нее лицензии, которая, однако, не гарантировала добросовестного выполнения туристской фирмой обязательств по договору оказания туристских услуг. Случаи, когда туристов селили в отель ниже обещанной категории и не предоставляли всего перечня заявленных услуг, перестали быть исключением из правил. Банкротство и исчезновение фирм приводили к финансовым потерям для туристов и требовали ужесточения в сфере регулирования деятельности туристских организаций[3].

Дискуссии по поводу внесения изменений в федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» велись на протяжении длительного периода. Одной из целей модернизации уже существующего закона была его адаптация к условиям международного туристского рынка.

[1] Согласно официальным данным Федеральной службы государственной статистики, количество отправленных туристов (граждан России) в 2002 году составляло 2287423 человека в год, в 2006 году этот показатель составил 5400527 человек в год (URL: http://www. gks.ru).

[2] Согласно официальным данным Федеральной службы государственной статистики, число турфирм в период с 2002 по начало 2007 года выросло с 3345 до 5842 (URL: http://www.gks.ru)

[3] В сентябре 2005 года в связи с банкротством была отозвана лицензия у туроператора “Aztour”. Компания не исполнила свои обязательства перед туристами, которые на тот момент уже находились на отдыхе, и перед теми, кто еще только собирался реализовать купленную путевку. Никакого возмещения расходов по перелету и компенсации за испорченный отдых туристы не получили Таким же образом «исчезла» турфирма “DeepTour”, которая тоже не компенсировала затраты ни туристам, ни своим партнерам (URL: www.travel.ru).

Федеральное агентство по туризму при разработке изменений ориентировалось на опыт западных стран, в частности на Директиву Евросоюза. В этом документе изложены основные термины, определяющие данную сферу деятельности, а также основные положения, которые должны быть прописаны в законодательных актах стран — членов Европейского союза, регламентирующих сферу туризма[4].

Так, заместитель руководителя Федерального агентства по туризму Евгений Леонидович Писаревский характеризует современное законодательство о туристской деятельности как в значительной мере соответствующее нормам и принципам международного права, которое гармонизировано с правом Европейского союза и законодательством развитых в туристском отношении государств [6].

Почему же среди предпринимателей так много противников федерального закона от 05.02.2007 года № 132-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации”»? Основная причина недовольства представителей туриндустрии — введение финансового обеспечения деятельности туроператоров, размер которого со дня вступления этого закона в силу менялся уже трижды.

Изначально размеры финансового обеспечения составляли:

1) для туроператоров, занимающихся международным туризмом, — 5 млн рублей;

2) для туроператоров, занимающихся внутренним туризмом, — 500 тыс. рублей;

[4] Директива Совета европейских сообществ № 90/314/ЕЭС «О комплексном туризме, комплексном отдыхе и комплексных турах», ст. 1: «Цель настоящей Директивы — сделать более схожими между собой законодательные, регламентирующие и административные распоряжения стран - членов Общего рынка, касающиеся путешествий, отпусков и “поездок, включающих все”, продаваемых или предлагаемых для продажи на территории Европейского экономического сообщества».

3) для туроператоров, занимающихся и внутренним, и международным туризмом, — 5 млн рублей.

С 1 июня 2008 года размер финансового обеспечения возрос до уровня не менее:

1) 10 млн рублей — для туроператоров, занимающихся международным туризмом;

2) 500 тыс. рублей — для туроператоров, занимающихся внутренним туризмом;

3) 10 млн рублей — для туроператоров, занимающихся и внутренним, и международным туризмом.

Необходимо отметить, что если первое повышение размера финансового обеспечения было запланировано изначально, еще в 2007 году, то решение пересмотреть размер финансовых гарантий повторно стало следствием крупного скандала, связанного с прекращением деятельности компании «Детур»[5].

Законодательной властью было принято решение дифференцировать размеры финансового обеспечения для туроператоров, занимающихся международным туризмом, в зависимости от их годового оборота, к чему призывали многие представители туриндустрии еще во время разработки поправок к закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

[5] В конце июня начале — июля 2008 года в прессе появились многочисленные публикации о, возможно, тысячах туристов, попавших в ловушку на курортах Турции или не получивших уже оплаченные путевки из-за банкротства турецкого оператора компании “Vasco” и, соответственно, прекращения деятельности компании «Детур». Страховая компания «Росно», с которой у «Детура» был заключен договор страхования ответственности туроператора, заявила, что не отказывается компенсировать убытки туристов и будет осуществлять выплаты, пока они не превысят указанного в законе лимита в 10 млн рублей. Этот случай показал, что для таких крупных туроператоров, как «Детур» размер финансовых гарантий в 10 млн рублей не покрывает возможных последствий неисполнения или ненадлежащего исполнения ими обязательств по договору о реализации туристского продукта (URL: ratanews.ru/news).

Таким образом, с 12 июля 2009 года и по настоящее время размеры финансовых гарантий составляют:

1) для туроператоров, занимающихся международным туризмом:

— с годовым оборотом до 100 млн рублей и тех, которые работают по упрощенной системе налогообложения, — 30 млн рублей;

— с годовым оборотом не более 300 млн рублей — 60 млн рублей;

— с годовым оборотом более 300 млн рублей — 100 млн рублей;

2) для туроператоров, работающих на въездной туризм, — 10 млн рублей;

3) для туроператоров по внутреннему туризму — 500 тыс. рублей.

Но, по мнению большинства представителей туристской индустрии, градация финансового обеспечения слишком «грубая» и ущемляет интересы предприятий малой и средней категории, что является нарушением установленного ст. 34 Конституции Российской Федерации[6] императивного запрета на экономическую деятельность, направленную на монополизацию и недобросовестную конкуренцию, а также конституционного права на свободу предпринимательской деятельности.

В средствах массовой информации периодически появляется информация об исключении из Федерального реестра 200, 500, 700 туроператоров из-за их неспособности обеспечить финансовые гарантии ответственности на новый срок [8].

В какой мере введение финансового обеспечения ответственности туроператоров действительно повлияло на сокраще-

[6] См.: *Конституция* Российской Федерации, гл. 2 «Права и свободы человека и гражданина», ст. 34: «1. Каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности. 2. Не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию» (URL: www.constitution.ru).

ние количества предприятий, осуществляющих туроператорскую деятельность? Федеральный закон № 132-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации"» был принят в феврале 2007 года; на конец этого года количество туроператоров, внесенных в Единый федеральный реестр, составляло 4125, из них работающих в сфере международного туризма — 2916, в сфере внутреннего туризма — 1209[7]. После неоднократного повышения размеров финансового обеспечения на начало 2011 года количество туроператоров в Едином федеральном реестре составило 4405, операторов, работающих в сфере международного туризма, — 2575, внутреннего туризма — 1830[8].

Можно отметить, что количество туроператоров международного направления действительно сократилось, часть операторов переключились на внутренний туризм, некоторым пришлось заняться турагентской деятельностью. В то время как количество туроператоров, имеющих максимальное финансовое обеспечение — сумму 100 млн рублей, остается фактически неизменным, что подтверждает заявление многих специалистов о том, что для этих гигантов данная сумма несущественна и никак не может повлиять на их успешную деятельность. Но нельзя забывать, что внедрение нового закона совпало с экономическим кризисом во всем мире и сокращение количества туроператоров также связано с их банкротством из-за невозможности выполнить финансовые обязательства перед партнерами. Заметим, что наличие финансового обеспечения у данных фирм позволило туристам получить частичную компенсацию за неоказанные услуги.

Банкротства отечественных и зарубежных туроператоров, происшедшие на рынке туристских услуг за последние четыре года, подтверждают тот факт, что изменения, внесенные в федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Рос-

[7] См.: URL: http://maketravel.info/2008/03/19/Rossija-dolzhna-stremitsja-voiti-v-mirovuju-turisticheskuju-desjatku.html

[8] См.: URL: http://www.russiatourism.ru/rubriki/-1124140793/

сийской Федерации», безусловно, актуальны и необходимы для развития цивилизованного бизнеса в данной сфере. Однако абсолютное большинство туроператоров на российском рынке туристских услуг относятся к малому бизнесу, чьи интересы данный закон ущемляет, а значит, требует более тщательного анализа и дальнейших изменений и дополнений.

Список литературы

1. *432 туроператора* исключены из реестра Ростуризма // Новости. URL:http://aquaexpert. ru news/2008/06/01/tourinfo

2. *Жертвы* компании Aztour не смогут вернуть свои деньги // Новости туризма. URL:http://travel. ru.

3. *Конституция* Российской Федерации. URL:http://www. constitution. ru

4. *Об основах* туристской деятельности в Российской Федерации: федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ. URL: http://www. base. consultant. Ru

5. *О комплексном* туризме, комплексном отдыхе и комплексных турах: Директива Совета европейских сообществ № 90/314/ЕЭС. URL: http://www. garant. Ru

6. *О правоприменительной* практике реализации Федерального закона «Об основах туристской деятельности в российской Федерации»: интернет-интервью с заместителем руководителя Федерального агентства по туризму Писаревским Е. Л. URL: http://www.garant.ru

7. *Россия* должна стремиться войти в мировую туристическую десятку // Новости туризма. URL:http://maketravel. info/2008/03/19

8. *Ростуризм* исключил из реестра 655 операторов // Новости. URL: http://www.Tourbus.ru

9. *Турецкие* отели шантажируют российских туристов и туроператоров // Рата-новости. URL:http://www.ratanews.ru

10. *Федеральная* служба государственной статистики: [сайт]. URL:http://www. gks. ru

11. *Федеральное* агентство по туризму (Ростуризм): [сайт]. URL:http://rassiatourism. ru

12. *Число* международных тур прибытий в мире в I полугодии выросло на 7 %: новости. www. news. tourism. ru.

13. *Barometro*_1_2010_en. “2009 International tourism results and prospects for 2010”. URL:http://www. unwto. org

14. *Tourism* Highlights 2010 edition. URL:http://www. unwto. org

Е. А. Федоренко,
соискатель (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Игорно-рекреационные кластеры: понятие, структура, механизм функционирования

В современной науке появляется все больше новых понятий и терминов. Это обусловлено тем, что возникают новые объекты исследований, происходит процесс накопления научных знаний. В последнее время в региональной экономике и экономической географии все шире входит в научный оборот понятие кластера как особой формы территориальной организации производства в условиях рыночной экономики.

Кластер представляет собой систему, характеризующуюся рядом отличительных признаков. Непременное условие образования кластера — географическая близость хозяйствующих единиц. На определенной территории сосредоточивается критическая масса предприятий родственных и поддерживающих отраслей, организаций, обеспечивающих экономию на масштабах производства и разнообразии, а также экономических ресурсов, информации; создается «сгусток» отношений, благодаря чему кластер достигает высокой конкурентоспособности. Географические масштабы кластеров могут варьироваться от одного города или области до страны или даже ряда соседствующих стран.

Американский экономист, профессор Гарвардской школы бизнеса М. Портер в 1990 году впервые использовал понятие «кластер» для определения сообщества сконцентрированных по географическому признаку взаимосвязанных фирм, усиливающих конкурентные преимущества друг друга (рис. 1).

Рис. 1. Общая схема кластера

В концепции М. Портера акцент сделан на связях внутри кластера между его участниками — основными компаниями-производителями, вспомогательными (сопутствующими) производствами, а также разными институтами, такими как государственные структуры, университеты, исследовательские организации. Кластер — значительно более сложная организация, чем простое объединение фирм для совместной деятельности. Он предполагает более глубокую кооперацию на основе участия в системах накопления стоимости. При этом фирмы, что очень важно, продолжают конкурировать друг с другом — избирательно, в отдельных областях. Такое конкурентное соседство становится движущей силой постоянного продуктового и технологического обновления, направленного на рост производительности всех факторов производства, и обеспечивает быстрое распространение новшеств. В кластере формируется особая инновационная среда, способствующая повышению конкурентоспособности входящих в него фирм, процветанию региона. «Таким образом, — пишет М. Портер, — кластер можно определить как систему взаимосвязанных

фирм и организаций, значимость которых как целого превышает простую сумму составных частей» [2, с. 221].

Кластерный подход изначально применялся к промышленному производству. Сравнительно хорошо исследованы индустриальные округа в электронике и автомобилестроении США, химической промышленности Германии, обувной промышленности Италии, лесной и деревообрабатывающей промышленности Швеции и др. В индустрии туризма, как и в других секторах сферы услуг, кластерные исследования практически отсутствуют. Между тем кластеры играют решающую роль в формировании туристских центров, привлечении в них посетителей и повышении их конкурентоспособности.

Индустрия туризма специфична и обладает определенными характеристиками. Кластерный подход в развитии сферы отдыха, развлечений и путешествий стал актуальным. Индустрию туризма отличает широта межотраслевых связей, фрагментарная структура, нематериальный характер туристского продукта, преобладание малого и среднего бизнеса, неодинаковое восприятие турпродукта производителями и потребителями и др. Все это говорит об особой важности появления и развития туристских кластеров.

Туристские кластеры представляют собой глобальное явление. Они присущи в первую очередь развитым странам, но также появляются и в развивающихся странах и странах с переходной экономикой. В настоящее время в России идет активный процесс формирования ряда региональных и локальных туристских кластеров. Один из новых, только формирующихся типов кластеров — игорно-рекреационые кластеры. Их появление связано с выносом игорных заведений в четыре специальные зоны (в Алтайском и Приморском краях, Калининградской области, а также на границе Краснодарского края и Ростовской области).

Игорно-рекреационный кластер — сосредоточение в рамках ограниченной территории взаимосвязанных предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей продукта, а также функциями, смежными с игорной деятельностью и рекреационными услу-

гами и туризмом. Яркие примеры игорно-рекреационных кластеров — Лас-Вегас (США) и Макао (Китай).

В игорной и туристской индустрии находят подтверждение как общие закономерности образования и функционирования кластеров, как и специфика их проявления в этой сфере. Сущность кластера раскрывается через взаимосвязи входящих в него фирм, которые представлены в виде цепочек добавленной стоимости (добавленная стоимость — это часть стоимости товаров и услуг, приращенная непосредственно в данной фирме). Выстроенные в определенной последовательности — одни в продолжение другой, — они образуют внутрифирменные цепочки добавленной стоимости. Для достижения конкурентного преимущества фирма должна оптимизировать как собственную цепочку добавленной стоимости, так и внешние цепочки, связывающие ее с поставщиками и потребителями.

Динамично развивающийся кластер заключает в себе много различных цепочек добавленной стоимости, совокупность форм которых М. Портер назвал системой накопления стоимости (*value system*, часто переводится как «система ценностей») [2, с. 88].

В туристском и игорно-рекреационном кластере система накопления стоимости включает четыре типа цепочек добавленной стоимости: поставщиков, транспортных компаний, средств размещения и развлечений, казино, каналов сбыта туристских продуктов (туроператоры, турагенты), а также самих покупателей-туристов (рис. 2).

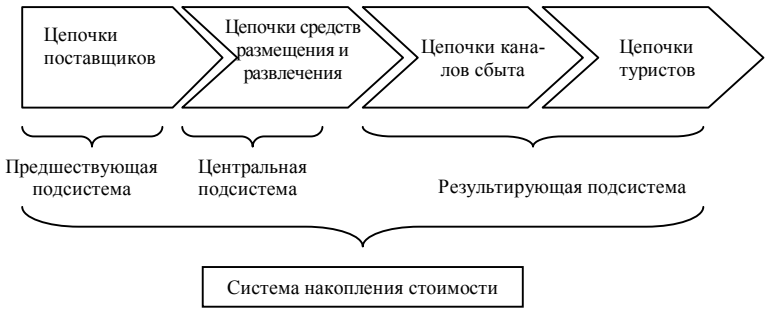


Рис. 2. Система накопления стоимости в туристском кластере [3, p. 88]

По данным Всемирной туристской организации, во время семидневного пребывания посетителя в отдаленном туристском центре работает от 10 до 20 цепочек. В них задействовано 30—50 разных фирм — начиная с отелей, казино, ресторанов заканчивая экскурсионным бюро, специализированными магазинами туристской литературы, страховыми компаниями, сувенирными лавками, пунктами обмена валюты, такси и др. (рис. 3).

Рис. 3. Структура игорно-рекреационного кластера

Другая характерная черта кластера состоит в сочетании кооперации и конкуренции. Несмотря на это противоречие, научные исследования показывают, что данное сочетание имеет веские основания для своего существования. Это объясняется тем, что компании, производящие одинаковые или сходные продукты и относящиеся к одному и тому же звену в

цепочке добавленной стоимости, являются прямыми конкурентами, но в то же время они часто образуют современные стратегические альянсы.

Конкурентные отношения складываются как внутри игорно-рекреационного кластера — между входящими в него фирмами, так и вне его — с другими кластерами. Кластеры функционируют в определенной экономической среде, от которой во многом зависит их конкурентоспособность. Она оказывает разное воздействие на кластеры, в одних случаях препятствуя, в других, наоборот, способствуя росту. Влияние экономической обстановки обусловлено действием четырех сил — составных успеха в конкурентной борьбе. Они представлены графически в виде ромба, известного как ромб конкурентных преимуществ М. Портера (рис. 4).

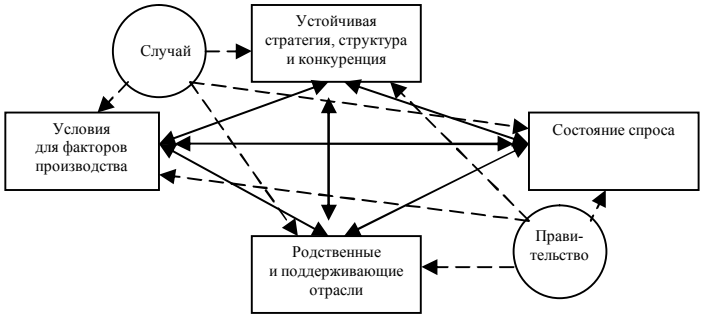


Рис. 4. Ромб конкурентных преимуществ М. Портера [1, с. 72]

Ромб образуют следующие элементы:

— условия для факторов производства: обеспеченность необходимыми ресурсами, предприятия размещения, питания, развлечения, планирование устойчивого их использования, уровень развития инфраструктуры, доступ к современным технологиям, а также капитальным и качественным трудовым ресурсам и пр.;

— состояние спроса: количественные и качественные параметры спроса на формируемый продукт — объем и сезон-

ность туристских потоков, демографические и социально-экономические характеристики туристов, страны (районы) их происхождения, мотивации и поведение, степень удовлетворенности предложенным туристским продуктом, изначальная информация об игорном центре, образ территории, предлагаемого продукта у посетителей и др.;

— устойчивая стратегия, структура и соперничество (конкуренция), то есть общеэкономический контекст, в котором работают компании: это условия входа на рынок и выхода из него, острота конкурентной борьбы и наличие у компаний согласованной стратегии ее ведения, экономическая политика, система налогообложения и др.;

— родственные и поддерживающие отрасли: наличие (отсутствие) конкурентоспособных поставщиков и родственных отраслей.

На эти составляющие конкурентоспособности влияют две независимые силы: правительство и случай. Кластеры образуются и функционируют на принципах государственно-частного партнерства. Государство играет важную роль в процессе формирования игорного кластера и его развития, особенно на начальном этапе. Существуют разные формы, модели и механизмы взаимодействия государственного и частного секторов, показавшие эффективность на практике. Государство помогает развитию кластерных инициатив на местах путем создания платформы для диалога разных авторов кластера; повышения квалификации местной рабочей силы через реализацию программ дополнительного образования и переподготовки кадров; создания бренда региона для привлечения иностранных посетителей и др.

В настоящее время в России идет активный процесс формирования ряда региональных и локальных туристских кластеров. Этот процесс ускорился в связи с принятием в 2006 году Поправок к федеральному закону «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» и выделении особых экономических зон туристско-рекреационного типа. По существу, складывающаяся в рамках этих зон система

взаимосвязанных фирм, организаций и учреждений в сфере путешествий и отдыха населения можно рассматривать как зарождающийся региональный туристский кластер.

Список литературы

1. *Пилипенко И. В.* Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы. М.; Смоленск, 2005.

2. *Портер М. Э.* Конкуренция / пер. с англ. М., 2005.

3. *Public-Private* Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness / WTO Business Council. Madrid, 2000.

А. И. Кошелева,
аспирантка, ассистент кафедры
гостиничного и туристического бизнеса
(Российский экономический
университет им. Г. В. Плеханова, Москва)

Проблемы и тенденции развития туристской деятельности на региональных рынках

Сегодня международная экономика находится в фазе восстановления после глобального экономического кризиса, поразившего большинство секторов мирового хозяйства. Благоприятные изменения макроэкономических показателей обусловили позитивную динамику на потребительских рынках, планомерное повышение уровня доходов населения и, соответственно, увеличение склонности тратить средства на отдых и досуг. Между тем активный спрос на туристские поездки в России существует по большей части на рынке выездного туризма. Выездной туристский поток год от года увеличивается практически по всем направлениям, по некоторым — даже в разы. По данным статистики, россияне в одной только Европе ежегодно оставляют порядка 8—10 млрд долларов. Внутренний же туристский поток показывает незначительный прирост,

и то за счет россиян, которые отказались от дальних поездок и предпочли отдых на курортах рядом с домом, а также за счет самостоятельных туристов [3].

Огромная по протяженности территория России не только богата своими недрами, она отличается географическими поясами, климатическими особенностями, удивительно разнообразным рельефом местности, морями и океанами, окружающими ее территорию, растительным и животным миром, многочисленными народами и народностями со своим укладом жизни, традициями и древней историей. Россия владеет всеми необходимыми ресурсами для успешного развития различных видов внутреннего туризма: культурно-познавательного, пляжного, оздоровительного, экологического, спортивного, делового, круизного, сельского и др.

Экономическое развитие и продвижение внутренних туристских дестинаций позволяет решать как региону, так и стране в целом многие социально-экономические задачи. Во-первых, предприятия индустрии туризма развивают инфраструктуру региона, создают рабочие места; во-вторых, туристический бизнес в регионах повышает качество жизни горожан, а реализация туристско-рекреационных проектов увеличивает стоимость земли; в-третьих, туристы обеспечивают значительный положительный поток денежных средств, пополняя региональный бюджет; наконец, развитие определенных видов туризма наряду с экономическим эффектом способствует решению таких социальных задач, как удовлетворение потребности российских граждан в активном и полноценном отдыхе, укрепление здоровья, приобщение к культурным ценностям, а также задач патриотического воспитания населения. Тем самым туристская деятельность, ориентированная на развитие внутреннего туризма, способна оказывать значительное влияние на динамику основных показателей социально-экономического развития многих субъектов Российской Федерации.

Основная проблема отрасли — неконкурентоспособность российского туристского продукта по соотношению цена-качество. Поэтому наши сограждане при наличии свободно

располагаемого дохода, отпускного времени и заграничного паспорта предпочитают отдыхать за рубежом, где уровень цен существенно ниже, а качество сервиса значительно выше.

Высокий уровень цен на туристские услуги в России обусловлен рядом факторов, первым из которых стоит выделить низкий уровень конкуренции на региональных рынках. В российских регионах наблюдается острый недостаток качественной гостиничной, развлекательной и инженерной инфраструктуры. Значительная часть инфраструктуры характеризуется высокой степенью физического и морального износа. Отсюда и жесткая ценовая политика новых, современных отелей, которых не так много, да к тому же около 90 % из них находится под управлением зарубежных гостиничных операторов. К другим факторам относятся налоговая нагрузка, устойчивый рост коммунальных тарифов и процентных ставок по кредитам, несовершенная нормативно-правовая база предпринимательской деятельности в сфере туризма. Высокая стоимость транспортных услуг обусловлена — помимо неразвитой конкуренции на региональных маршрутах (около 90 % маршрутов перевозок по внутренним воздушным линиям пока еще обслуживаются одним или двумя авиаперевозчиками) и неоправданно высокими тарифами на авиатопливо — еще и тем, что наши авиакомпании закупают самолеты в основном за границей. Процесс растаможки и уплата различных налогов увеличивает их стоимость в среднем на 40 % [4].

Сервис же и качество услуг складываются из многих составляющих, таких как поведение персонала, четкость исполнения обязательств, эффективность обслуживания клиентов, а также состояние материально-технической базы. В российских же регионах ощущается острый дефицит квалифицированного персонала. Большая часть сотрудников туристских предприятий — сезонно привлеченные работники и выпускники непрофильных вузов. К тому же отсутствуют стандарты, нормы и процедуры оказания туристских и гостиничных услуг, наличие которых значительно снижает колебания качества.

Для преодоления сложившейся ситуации всем заинтересованным сторонам необходимо работать по преодолению ос-

новных проблем отрасли и сдерживающих факторов развития новых туристических направлений в перспективных российских регионах. На данный же момент многие специалисты отрасли отмечают разрозненность в действиях власти, бизнесменов, вузов, деятелей культуры и музеев, отсутствие единой стратегии и общей цели.

Внутренний туризм в России имеет массу специфических особенностей, которые предопределяют успех на этом рынке операторов. Компании, отправляющие туристов за границу, постоянно общаются и перенимают опыт у зарубежных партнеров, которые уже давно создали и используют оптимальные схемы и технологии работы. На внутреннем рынке приходится иметь дело с объектами размещения, музеями, администрациями регионов. Эти структуры не только плохо знают прогрессивный зарубежный опыт, но и по своей природе крайне консервативны. В таких условиях операторам приходится много трудиться, чтобы продвинуть на рынок и «раскрутить» какое-либо внутреннее направление.

Правительство России не раз декларировало свою заинтересованность в развитии внутреннего туризма; 19 июля 2010 года распоряжением правительства Российской Федерации была утверждена концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011—2016 годы)». Цель ее — существенное повышение конкурентоспособности отечественного рынка туристских услуг за счет формирования туристских кластеров в наиболее перспективных регионах и создания современной туристской инфраструктуры.

Опыт Европы показывает, что успешным может быть только оператор, который сам владеет авиакомпаниями, отелями и в результате собственного оперирования добивается максимальной прибыли от каждого из компонентов своего бизнеса. Однако в России так называемых вертикально интегрированных холдингов — буквально единицы, да и ориентированы они в основном на более прибыльный рынок выездного туризма. Поэтому для эффективного развития российского

рынка внутреннего туризма и повышения конкурентоспособности внутреннего туристского продукта очень актуален именно кластерный поход к развитию отрасли.

Кластеры являются организационной формой консолидации усилий заинтересованных сторон, направленных на достижение конкурентных преимуществ в условиях глобализации экономики. Главное, на что нацелены кластеры, — это возможность для бизнеса и региона развиваться не по инерции. Для бизнеса кластер — реальный шанс обеспечить себе конкурентоспособность в будущем, то есть, создать долгосрочную стратегию развития предприятий на 5—10 лет и более.

Кластеры оказывают положительное влияние не только на отдельные предприятия, но и на экономику региона в целом, так как они предусматривают взаимодействие трех секторов: бизнеса (предпринимательские структуры, товарищества, коммерческие банки), институций (университеты и научные центры, общественные организации, торгово-промышленные палаты) и власти (местные органы власти, налоговые администрации, регуляторные структуры). Кластеры создают уникальную среду для развития инновационной деятельности, повышения производительности и рентабельности сектора малых и средних предприятий.

Повышая роль регионов, кластеры создают основу для притока инвестиций, мощного развития предприятий малого и среднего бизнеса, обучения широкого круга предпринимателей, повышения гибкости и мобильности компаний, появления широкого спектра сетевых структур. Кластеры одновременно выступают и в качестве форума, в рамках которого ведется диалог между деловыми, правительственными и научными кругами о путях реализации конкурентных преимуществ в рамках города, района, региона, страны и даже на наднациональном уровне.

Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011—2016 годы)» предусмотрено развитие туристской сферы за счет государственно-частного партнерства и активного участия госу-

дарства в создании инженерной инфраструктуры. За счет государственных средств планируется создать инженерную инфраструктуру: газоснабжение, электроснабжение, канализация и так далее, при этом основной упор делается на развитие региональной инфраструктуры. Таким образом, в регионах будет формироваться благоприятный инвестиционный климат для активного привлечения частных инвесторов, которые займутся строительством самых разных туристских объектов. Необходимо использовать возможности ФЦП для создания правовой, организационной и экономической среды с целью формирования современной туристской индустрии в перспективных регионах и по России в целом.

К тому же ряд внесенных за последние годы изменений в законодательство РФ подготовил почву для дальнейшего развития туристских кластеров в стране. До сих пор региональные власти могли финансировать туризм только через целевые программы (сейчас они приняты в 56 регионах), теперь же вопросы развития туризма можно будет решать на всех уровнях: федеральном, региональном и муниципальном. В связи с изменениями в законодательстве сначала органы местного самоуправления, а с ноября 2010 года и региональные власти получили полномочия создавать благоприятные условия для развития этой отрасли, формировать региональные программы развития туризма, направлять для включения в ФЦП свои туристские проекты, финансировать их и из регионального бюджета, и из федерального. Однако обязательным условием включения субъектов Российской Федерации в Программу стало наличие соответствующей региональной (муниципальной) программы развития туризма, предусматривающей создание инвестиционных площадок и условий для привлечения в туристскую отрасль внебюджетных средств на условиях государственно-частного партнерства.

Тридцатого августа 2010 года прошло первое заседание Экспертного совета при Минспорттуризме РФ по проведению экспертизы инвестиционных проектов, предлагаемых к включению в перечень мероприятий и реализации в рамках феде-

ральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011—2016 годы)». На рассмотрение было представлено 259 заявок из 66 субъектов РФ, а одобрено лишь 8 инвестиционных проектов 6 субъектов — Ярославской, Ивановской, Рязанской, Ростовской (2 проекта), Псковской областей и Алтайского края (2 проекта). По словам замминистра спорта, туризма и молодежной политики РФ Н. Назиной, в экспертный совет были представлены планы по улучшению городов (установка коллекторов, оборудование мусоросжигательных заводов и т. д.), в то время как ожидалось, что регионы разрабатывают туристские программы с учетом кластерного подхода [5].

Понятие «кластер» по отношению к отраслям и компаниям было введено в научный оборот американским экономистом М. Портером в 1990 году в рамках его концепции ромба национальных конкурентных преимуществ. По мнению Портера, «кластер — это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга» [2, с. 9].

В рамках концепции кластерного подхода к организации туристской деятельности в первую очередь необходимо обратить внимание на совершенствование инфраструктуры.

Для того чтобы достичь уровня мировых лидеров в области туризма, нужны не только сами гостиницы, санатории и пансионаты. Без современных деловых и административных зданий, торговых центров и других предприятий среднего и малого бизнеса не обойтись. В развитии инфраструктуры туристских кластеров важную роль играет малый бизнес, не только обеспечивающий территорию непосредственно туристскими предприятиями, но и способствующий оказанию сопутствующих услуг туристам.

Как показывают результаты исследований, около 30 % времени турист осматривает достопримечательности — музеи, выставки и т. д., а 70 % — гуляет по историческим местам, оставляя деньги в сувенирных лавках, магазинчиках и кафе.

Следовательно, в рамках туристских кластеров необходимо реконструировать так называемые общественные пространства, ведущие к объектам показа, наполнив их соответствующей инфраструктурой. То же можно сказать о развитии придорожной инфраструктуры (мотелей, сети кемпингов, предприятий питания и т. д.) ввиду тенденции роста количества туристов, путешествующих самостоятельно на автомобилях. Увеличение доли самостоятельного туризма также предопределяет развитие в рамках региональных кластеров туристских представительств, оказывающих информационную и консультационную поддержку. Такие представительства будут способствовать формированию туристских предложений для самостоятельно путешествующих туристов.

Таким образом, основная задача регионов — разработка и реализация региональных программ развития туризма с использованием кластерного подхода в рамках федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011—2016 годы)». Ключевыми факторами успеха при разработке и реализации стратегий развития кластеров должны стать активная позиция лидеров бизнеса и позитивное партнерство между различными предпринимательскими группами и властью. В рамках туристско-рекреационных кластеров необходимо создание круглогодичных курортов, на территории которых будет возможно развитие разных видов туризма.

Список литературы

1. *Концепция* федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011—2016 годы), утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 19 июля 2010 г. № 1230-р. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

2. *Портер М. Э.* Конкуренция: учеб. пособие / пер. с англ. М., 2001.

3. *Рата* ньюс: ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии. URL: http://www. ratanews. ru/news/ news_ 18022011_3.stm

4. *Ассоциация* туроператоров России: официальный сайт. URL: http://www. atorus. ru/news/press-centre/new/6942.html

5. *Ассоциация* туроператоров России: официальный сайт. URL: http://www. atorus. ru/news/press-centre/new/7646.html

Е. В. Шаповал,
ассистент (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Психологическая составляющая социальной рекламы в туризме

Любой человек испытывает постоянную потребность в чем-либо, и это рассматривается как абсолютно естественное состояние. Потребности переживаются человеком в форме эмоционально окрашенных желаний и влечений. Иногда неосознанное желание переходит в потребность, а желанный товар или услуга осознаются как необходимость. Через рекламу человек осознает, что существует нечто, что позволит ему реализовать свою актуальную потребность. Психологи называют это «опредмечиванием потребности». Если нет потребности, то никакая реклама не заставит человека купить рекламируемый предмет или услугу.

Как известно, потребность в отдыхе — неотъемлемая составляющая потребность жизнедеятельности человека. Формой проявления потребности выступает мотив, то есть побуждение к деятельности, направленной на тот или иной материальный или идеальный объект. Иными словами, мотивы — это субъективные побуждения людей, обусловливающие их поступки. В отношении рекламы отдыха таким поступком является выбор и покупка определенного тура.

Однако потребность не стопроцентно отождествляется с мотивом, так как не полностью объясняет конкретное действие. Одна и та же потребность может быть удовлетворена разными средствами и способами.

Мотивы, представленные в рекламе отдыха, весьма разнообразны («Я люблю тебя, Турция!», «Мы знаем, что Вам нужно», «Поехали!», «Забудь обо всем!», «Отдыхай сейчас — плати потом» и т. п.). Это очевидно и объяснимо, поскольку у всех людей разные запросы, предпочтения и вкусы. Для каждой конкретной целевой аудитории требуется собственный подход и апелляция к определенным мотивам. Так, кого-то привлекает демонстрация новизны и оригинальности, кого-то, напротив, тянет к традиционности, проверенной временем, кому-то важнее комфорт и простота.

Хотелось бы обратиться к вопросам реальной социальной рекламы в туризме. Основная цель социальной рекламы — привлечение внимания общественности к какой-либо социальной проблеме, а в долгосрочной перспективе — изменение поведенческой модели общества [2].

В скором времени в российских городах впервые появится социальная реклама, которая будет направлена на привлечение россиян к отдыху на отечественных курортах. Сейчас Министерство спорта и туризма направило соответствующие предложения во все субъекты Российской Федерации. Имеются положительные ответы из более чем 25 регионов, которые готовы размещать у себя бесплатную рекламу отдыха. В ближайшее время Ростуризм должен аккумулировать все предложения из регионов по популяризации наших туристических возможностей [3].

На недавней встрече в Географическом обществе премьер-министр российского правительства Владимир Путин говорил о недостатке в стране рекламы собственных курортов и туристических возможностей, в том числе и на таких мощных ресурсах, как телевидение, где идет реклама в основном зарубежного туризма. Несмотря на все это, у государства есть рычаги воздействия, чтобы продвигать внутренний туризм. Один из этих рычагов — социальная реклама.

В России социальную рекламу производят, как правило, те же люди, что и коммерческую. Причем производство социальной рекламы — показатель профессионализма и креативности,

поскольку она должна по силе своего воздействия быть гораздо мощнее, нежели реклама коммерческого продукта или услуги. Соответственно встает вопрос о психологических аспектах социальной рекламы.

Эмоциональный компонент рекламного воздействия определяет эмоциональное отношение к объекту рекламной информации: относится субъект к нему с симпатией, антипатией, нейтрально или противоречиво. Исследование психологических аспектов рекламной деятельности предполагает анализ таких ее сторон, которые вызывают у человека эмоционально окрашенное отношение и к рекламе, и к самому товару или услуге, формирующее, в конечном счете, поведение общества.

В психологии считается, что многочисленные человеческие эмоции могут быть описаны несколькими базовыми составляющими: любовь, радость, счастье, удивление, печаль, гнев, ярость, отвращение, презрение, вина и др. Они выражаются во множестве индивидуальных особенностей. Таким образом, непосредственное переживание действующих на индивида явлений и ситуаций осуществляется в многообразии форм эмоциональных переживаний, которые откладываются в эмоциональной памяти. На эмоциональную память сильное воздействие оказывает яркость впечатлений.

Как известно, у людей помимо зрительной очень устойчива и память эмоциональная, которая работает по принципу: приятно — неприятно, понравилось — не понравилось. Рекламные материалы неизбежно навевают неосознаваемые эмоциональные образы. Установлено, что эмоциональная память намного сильнее, чем другие виды памяти, воздействует на поведение человека. Любой рекламный видеоклип — это не только информация, это прежде всего несколько эмоционально насыщенных минут, лично переживаемых человеком в момент просмотра. Характерна в этом отношении сама рекламная лексика с ее богатой эмоциональной терминологией («Работаешь как лошадь? Хватит пахать! Отдохни!»).

Говоря о психологических аспектах социальной рекламы, необходимо рассмотреть и такое важное и распространенное

явление в современной рекламе, как внушение. С ним мы сталкиваемся практически ежедневно на протяжении всей жизни: само наше воспитание больше построено на внушении, нежели на убеждении, как, впрочем, пропаганда и агитация — независимо от их приверженности и направленности. Процесс влияния внушения на психику человека связан со снижением сознательности и критичности при восприятии внушаемого содержания, не требующего ни развернутого логического анализа, ни оценки. Воздействие содержания, воспринятого на основе внушения, отличается навязчивостью: оно с трудом поддается осмыслению и коррекции. Особенно важно, что объектом здесь могут быть и большие группы людей — массовое внушение. Сила воздействия во многом зависит от наглядности, доступности, образности и лаконичности информации. Эффект особенно силен тогда, когда внушаемое в целом соответствует потребностям и интересам каждого («Устал от холодной зимы?! Встретимся на Бали!»).

Не стоит забывать о том, что речь применяется как мощный фактор внушения. Любая реклама, в том числе и социальная, обязательно содержит речевое сообщение, в котором заложена суть рекламируемого товара или услуги. Такое сообщение может озвучиваться непосредственно персонажем рекламного фильма или закадровым голосом. Эта форма человеческого общения обладает очень сильным эмоциональным воздействием и способна вызвать не только желаемый отклик, но и заданные формы поведения.

Психологическое воздействие рекламной информации очень велико. В настоящий момент осуществляется постепенный переход человечества к информационному обществу, увеличиваются масштабы, усложняется структура и содержание информационных потоков и всей информационной среды, многократно усиливается ее влияние на психику человека, и темпы этого влияния стремительно возрастают [1].

Хотелось бы надеяться, что будущее за гуманной, интеллектуальной и добропорядочной социальной рекламой, поскольку, как свидетельствует история, материально-техничес-

кому прогрессу сопутствует определенный рост моральных и гуманистических критериев, тем более, если речь идет о жизнедеятельности человека.

Список литературы

1. *Крупнов Р.* Городская социальная реклама как объект управления // Вестник Московского университета. 2007. № 1. С. 67—74.

2. *Плетнева Н. А.* Место социальной рекламы в системе рекламной деятельности // Маркетинг в России и за рубежом. 2005. № 3. С. 41—44.

3. *В российских* городах впервые появится социальная реклама отдыха в России. URL: http://www. advesti. ru (дата обращения: 24.01.2010).

Д. А. Петров,
ассистент (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Социальные факторы, влияющие на формирование туристических потоков

Как сложная социально-экономическая система, туризм подвержен влиянию со стороны многочисленных факторов, роль которых в разные периоды может быть различной как по силе, так и по продолжительности воздействия на развитие туризма. Поэтому их учет объективно необходим для организации эффективной туристской деятельности.

Спрос на туризм, как и на другие товары и услуги, обусловлен покупательной способностью потребителей, то есть наличием у населения денежных средств и желанием их потратить на путешествия.

Туризм как отрасль экономики может успешно существовать при наличии двух условий: свободного времени граждан и достаточных материальных средств. Таким образом, необходимыми предпосылками возникновения массового спроса на

туризм и поддержания его на высоком уровне являются увеличение свободного времени и рост благосостояния населения. Тенденция к увеличению свободного времени — объективный фактор возникновения и роста спроса на туризм.

В Калининградской области туризм не приобретет массового характера до тех пор, пока не будут удовлетворены базовые физиологические потребности большинства населения. Для исследования основных направлений развития туристических потоков в регионе необходимо кратко рассмотреть важные для туризма факторы в социо-демографических и психолого-поведенческих характеристиках потребителей. Основными факторами здесь являются:

— структура и возраст населения;
— уровень доходов населения;
— образование;
— род занятий;
— принадлежность к определенной расе, образ жизни и др.

Структура населения. Люди — важная составляющая туристского рынка. Сегодняшние изменения в структуре населения определяют завтрашнее развитие туризма.

Половозрастная структура населения Калининградской области имеет те же характеристики, что и в целом по России: до 40 лет незначительно, но преобладает мужское население, однако после 40 лет доля женщин начинает расти, с возрастом все сильнее и сильнее преобладая над долей мужского населения, а в возрасте старше 70 лет количество женщин оказывается значительно больше, чем мужчин.

В возрастной структуре населения Калининградской области наблюдается тенденция к старению жителей. Поэтому особое внимание следует обратить на развитие туризма для лиц пожилого возраста — растущего по численности сегмента туристских передвижений. Однако это возможно только при условии заботы государства о ветеранах и пенсионерах.

Покупательная способность населения — важный фактор развития туризма. С ростом доходов количество туристских поездок и расходы на туризм увеличиваются. Чем выше доход

той или иной семьи, тем больше у нее возможностей для путешествий. Именно на туризм предпочитают тратить большую часть доходов состоятельные люди. Спрос на поездки напрямую зависит от уровня доходов потребителей, поэтому необходимо постоянно следить за тенденциями изменений в сфере личных доходов населения. Если экономические показатели говорят о спаде, то туристским предприятиям нужно изменять цену на свой товар.

Образование. Туристская активность населения находится в прямой зависимости от уровня образования потенциальных потребителей. Образование расширяет интересы людей и таким образом стимулирует туризм. Люди со средним образованием предпочитают увеселительные поездки. Люди с высшем образованием больше склонны путешествовать. У такой категории населения более высокие доходы, в качестве основного средства передвижения при путешествиях они предпочитают использовать авиатранспорт.

Профессия. Определенное влияние на виды приобретаемых туристских товаров и услуг оказывает род занятий туриста. Служащие офисов путешествуют больше, чем рабочие. Однако больше всего турпоездок в год совершают менеджеры, банковские служащие и административные работники. Туристские предприятия стремятся выделить группы по роду занятий, а некоторые из них даже специализируются на производстве товаров и услуг, нужных какой-либо конкретной профессиональной группе.

Однако не всегда потребителей можно четко разделить по признакам дохода, возраста, образования и рода занятий. Например, некоторые рабочие могут иметь достаточно высокие доходы, но их покупательские привычки значительно отличаются от покупательских привычек административных работников: обычно высокооплачиваемые рабочие тратят на туризм меньше средств. Хотя эта группа людей и не является активно путешествующей, в качестве потенциального рынка она заслуживает внимания менеджеров туризма.

Национальность. Население Калининградской области весьма неоднородно. Расовые и национальные меньшинства также могут считаться потенциальными потребителями туристских услуг. Эта часть населения имеет свои национальные особенности, культуру и традиции. У этих групп людей наблюдаются отличные от основного населения предпочтения и покупательские привычки. Такие потенциальные потребители требуют специального подхода, создания специализированных маркетинговых программ.

В последние годы объем свободного времени населения Калининградской области значительно увеличился. По числу праздников и перенесению праздничных дат с целью продления отдыха Россия стоит на одном из первых мест в мире. Такие факторы, как сокращение средней продолжительности рабочей недели, более длительный отпуск, выходные дни, школьные каникулы, возможность неполного рабочего дня, занятие внештатных должностей, уход на пенсию, изменения в уровне образования, сыграли значительную роль в создании условий для развития туризма в разных направлениях.

Список литературы

1. *Менеджмент* туризма: Туризм и отраслевые системы: учебник. М., 2009.

2. *Менеджмент* туризма: Экономика туризма: учебник. М., 2001.

3. *Папирян Г. А.* Маркетинг в туризме. М., 2001.

4. *Биржаков К. М., Никифоров В. И.* Индустрия туризма. Изд. 3-е, перераб. и доп. М., 2007.

5. *Биржаков К. М.* Введение в туризм: учебник. М., 2006.

6. *Браймер Р. А.* Основы управления в индустрии гостеприимства. М., 1995.

7. *Ильина Н. И.* Регулирование туризма в регионах и маркетинг в системе туробразования // Актуальные проблемы образования. Казань, 2000.

Ю. Ю. Филиппов,
соискатель (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Мировые достопримечательности, утраченные в Новейшее время

За всю историю человечества было создано огромное количество произведений искусства, которые до сих пор составляют золотой фонд мировой культуры. Начиная с каменного века люди творили. Постепенно примитивные наскальные рисунки и первобытные жилища преобразовались в живопись, скульптуру и архитектуру, которые сейчас стали неотъемлемой частью нашей жизни.

У каждого государства есть свои уникальные достопримечательности, отражающие ход истории народа. Они создавались в соответствии с определенными нравами и обычаями, национальными традициями, культурными направлениями и религиозными канонами, в честь военных побед, политических перемен и просто для благоустройства городов. Со временем данные ценности перестали быть принадлежностью одной страны или народности и вошли в общемировое культурное наследие.

Однако многие мировые шедевры часто становились жертвами различных природных явлений или человеческих поступков. Существует множество причин, по которым современные общество теряет накопленные за долгие годы исторические ценности. Основными среди них можно назвать следующие: природные катаклизмы, городские пожары, войны, смена политических режимов и идеологий, террористические акты, религиозный экстремизм, техногенные катастрофы, безответственное отношение общества, перепланировка городской застройки.

Далее будут представлены некоторые мировые достопримечательности, исчезнувшие полностью либо утратившие свой первоначальный вид и оставленные в таком состоянии в

качестве напоминания о тех или иных событиях. Цель данной статьи, с одной стороны, привлечение внимания читателей к проблеме ответственного отношения к историческому и культурному наследию, с другой — напоминание об утраченных мировых ценностях и возможности их возрождения. Хронологический период — XX — начало XXI века — выбран в связи с тем, что это время наиболее приближено к современным читателям, и это позволит сделать их причастными к описываемым событиям. Кроме того, в данной статье намеренно не рассматриваются утраченные достопримечательности Кёнигсберга, так как это тема для отдельного исследования.

Башня Виктории (Оттава)

В 1857 году по указу английской королевы Виктории Оттава приобретает статус столицы Канады. Для новой государственной власти требовались новые здания, и в 1859 году началось строительство канадского парламента. Работы были завершены в 1866 году, главным украшением Центрального блока здания стала башня Виктории, названная так в честь королевы. Башня заняла главное место на Парламентском холме. В высоту она достигала 55 м и была колокольней парламента. Колокол на башню был установлен в 1877 году.

В центральном блоке парламента 3 февраля 1916 года произошел крупный пожар, в результате которого башня Виктории погибла. Парламентарии временно переехали в здание Канадского музея природы. Из старых основных зданий уцелело лишь здание библиотеки парламента. Все остальные здания необходимо было выстроить заново, что и было сделано в начале 1920-х годов. На месте бывшей колокольни была выстроена башня Мира (более 90 м) в стиле неоготики. Она стала мемориалом канадцам, погибшим на полях сражений в Европе в Первую мировую войну.

В 2000 году колокол башни Виктории был восстановлен и помещен на круглом гранитном основании на Парламентском холме в память о первом здании канадского парламента и как памятник пожару 1916 года.

Александро-Невский собор (Варшава)

В 1815 году по решению Венского конгресса Варшава вошла в состав Российской империи. Так как Польша стала русской территорией, в ней началось строительство православных храмов. Постепенно назрел вопрос о возведении большого кафедрального собора в Варшаве, который должен был олицетворять величие православной церкви в Российской империи.

В 1893 году был организован комитет по строительству храма и начался сбор средств, которые стали поступать из частных и муниципальных пожертвований. Император Александр III утвердил архитектурный проект, предложенный Л. Н. Бенуа. Место для строительства было выбрано на Саксонской площади, где собор и был заложен в 1894 году.

В 1900 году возведение самого здания завершили, над главным куполом был установлен крест. Колокольня храма стала самым высоким зданием в Варшаве, в высоту она достигала 70 м. Работа над интерьером продолжалась еще 12 лет. Фрески для храма рисовал В. Васнецов. Кроме того, в оформлении собора были использованы драгоценные и полудрагоценные камни, мрамор, гранит и позолота. В 1912 году храм торжественно освятили во имя св. князя Александра Невского.

Во время Первой мировой войны русское население и православное духовенство были эвакуированы из Варшавы. Город оккупировали немецкие войска. Они стали использовать собор в качестве гарнизонного костела.

В 1918 году Польша получила независимость, и храм стал предметом споров, так как воспринимался поляками как символ русского господства.

Среди поводов для сноса собора также можно назвать следующие: во-первых, после отсоединения Польши от России православных прихожан в Варшаве почти не осталось; во-вторых, собор занимал практически полностью одну из основных площадей города; в-третьих, было получено подтверждение, что здание собора не имеет особой художественно-исторической ценности.

В итоге собор был снесен в 1924—1926 годах вместе с большинством других православных храмов в Варшаве.

Сухарева башня (Москва)

В конце XVII века в России шла борьба за власть, в которой одним из главных действующих лиц оказался будущий император государства — Петр I. В 1689 году он был вынужден бежать от своей сестры царевны Софьи в Троице-Сергиеву лавру. На защиту Петра встал стрелецкий полк Лаврентия Сухарева.

По одной из версий, впоследствии в знак благодарности за спасение царь распорядился построить на месте старых деревянных Сретенских ворот Земляного города, некогда охранявшихся Сухаревым и его полком, новые каменные ворота с часами. Кто был архитектором башни — неизвестно. Многие исследователи связывают создание ее проекта с именем Франца Лефорта и даже самого Петра I. Велика вероятность, что к проектированию и возведению башни «приложил руку» самобытный русский архитектор Михаил Чоглоков, строивший в тот период по указам Петра I казенные здания в Москве. Во всяком случае, в дооборудовании башни участвовал именно он. В 1692—1695 годах ворота были построены. В народе башню стали называть в честь защитника Петра — полковника Лаврентия Сухарева. В 1698—1701 годах ворота были перестроены в том виде, в котором они и дошли до начала XX века — с высокой, увенчанной шатром башней в центре.

Постройка стала самым крупным светским зданием в России — высота этого памятника архитектуры, который отчасти напоминал здание ратуши в западноевропейских городах, составляла 60 м.

С 1701 года в Сухаревой башне располагалась Школа математических и навигацких наук, готовившая специалистов для флота, судостроителей, геодезистов и других, а также астрономическая обсерватория и библиотека.

В советское время в 1926 году в Сухаревой башне был открыт знаменитый Московский коммунальный музей (предше-

ственник Музея истории Москвы), директором которого стал выдающийся историк столицы П. В. Сытин.

В начале 1930-х годов в связи с расширением транспортных коммуникаций на Сухаревской площади началась реконструкция, в соответствии с которой Сухарева башня подлежала демонтажу. Несмотря на протесты многих известных архитекторов и историков, среди которых были И. Грабарь, И. Жолтовский, И. Фомин, К. Юон, А. Щусев, А. Эфрос, а также на попытки архитектурно решить проблему перепланировки площади, Сухарева башня была снесена в 1934 году. В последнее время стали доступными документы, свидетельствующие, что в принятии решения о сносе Сухаревой башни непосредственно участвовал И. В. Сталин. Сухаревская площадь была переименована в Колхозную площадь, некоторые элементы башни сохранились, включая один из наличников сдвоенных окон третьего этажа, перенесенный в Донской монастырь, а также фундамент башни, заключенный на данный момент под площадью, и ее часы, установленные на башне Передних ворот московской усадьбы Коломенское.

Мемориальная церковь Кайзера Вильгельма (Берлин)

В 1871 году, 18 января в Версальском дворце по окончании Франко-прусской войны было провозглашено создание Германской империи. Основателями ее считают Отто фон Бисмарка и Вильгельма I Гогенцоллерна. Вильгельм принял титул «германский император».

В 1891 году по приказу Вильгельма II, внука Вильгельма I, в честь первого германского кайзера в Берлине, на улице Курфюрстендамм началось строительство протестантской церкви. Проект был представлен архитектором Францем Швехтеном. Возведение памятной кирхи завершилось в 1895 году Церковь, построенная в неороманском стиле, должна была прославлять первого германского кайзера и очень скоро стала одной из самых любимых церквей берлинцев. Кроме того, она некоторое время была самой высокой церковью города, ее высота достигала 113 м.

Во время Второй мировой войны в кирхе Кайзера Вильгельма продолжали проходить службы. После одной из проповедей 23 ноября 1943 года в результате авиабомбардировки союзников храм был частично разрушен и потерял свой первоначальный облик. В таком состоянии Гедехтнискирхе простояла до окончания войны.

По истечении некоторого времени после войны на месте церкви кайзера Вильгельма было принято решение построить другую церковь. Однако жители Берлина хотели сохранить старый храм и выступили против его сноса. Для нахождения компромисса архитектором Эгоном Айерманом был разработан особый план-проект. Он решил законсервировать старую башню, которая была разрушена, а также отдельно построить современную. Таким образом, в 1961 году был возведен новый молитвенный зал поблизости от разрушенной кирхи Кайзера Вильгельма.

В старой башне были отреставрированы мозаики, изображающие всех немецких кайзеров, а ее колокольня так и не была восстановлена — как напоминание о страшных военных годах. Руины башни сохранены на специально сконструированной платформе и включены в современный архитектурный ансамбль, который состоит из новой церкви в форме восьмиугольника и башни, сложенной из блоков голубого стекла. Старую башню церкви сами берлинцы называют «пустой зуб».

Сегодня церковь — одна из примет послевоенного города, символом Западного Берлина, в короткие сроки возродившегося из руин, а также символ бессмысленных военных разрушений. Каждый час на старой башне — как напоминание — звучит колокольный звон.

В ходе Второй мировой войны было уничтожено огромное количество достопримечательностей во многих странах мира, и в первую очередь в Советском Союзе и Германии. Изучение утраченных ими культурных ценностей можно отнести к отдельному исследованию. Судьба мемориальной церкви Кайзера Вильгельма — одна из самых символичных для того временного периода, в первую очередь с точки зрения общественного отношения к непоправимым последствиям войны.

Бамианские статуи Будды (Афганистан)

В центральной части Афганистана, менее чем в 200 км северо-западнее Кабула расположена Бамианская долина. Здесь находится современный город Бамиан — центр одноименной провинции страны.

При царе Ашоке, правителе империи Маурьев (273—232 годы до н. э.), распространившем буддизм на территории современного Афганистана, здесь было начато строительство буддийских монастырей и гигантских статуй Будды. Их возведение завершилось только через двести лет. Статуи были высечены в окружающих долину скалах, частично дополнены прочной штукатуркой, державшейся на деревянной арматуре.

В VII веке н. э. территория Афганистана была завоевана арабами, принесшими свою культуру и новую религию — ислам. Однако он окончательно утвердился лишь в конце X века, когда регион вошел в состав империи Саманидов. В X веке в страну из Средней Азии пришли тюрки. На территории Афганистана возникла Газневидская империя (со столицей в афганском городе Газни), включавшая в себя также части Ирана, Средней Азии и Индии. Начался расцвет науки и культуры.

В Бамианской долине вырос город Гаугале, украшенный замечательными мечетями. В 1221 году монгольские войска Чингисхана разрушили город и опустошили долину.

Статуи Будды долгое время оставались невредимыми, однако в Средневековье комплекс буддийских монастырей в Бамианской долине получил название Кафиркала — город неверных.

На рубеже 1980—1990-х годов в Афганистане возникла политическая и религиозная партия и ополчение «Талибан», отличающаяся своей реакционной внутренней и внешней политикой. В 1996 году талибы захватили Кабул и установили в стране строгий исламский режим, характеризующийся отсутствием веротерпимости. Лидеры партии посчитали, что древние статуи Будды являются языческими идолами и подлежат немедленному разрушению. В итоге две гигантские статуи

высотой 55 и 37 м, входившие в комплекс буддийских монастырей в Бамианской долине, вопреки протестам мировой общественности и других исламских стран 4—6 марта 2001 года были варварски разрушены. Статуи просверлили в нескольких местах, и в отверстия заложили взрывчатку, которая затем была взорвана; кроме того, они расстреливались из переносных ракетных установок. Таким образом, от статуй остались только ниши.

Реакция мировой общественности на разрушение памятников истории и культуры была однозначной: независимо от вероисповедания и национальности жителей многие государства резко осудили действия талибов. Кроме того, в 2003 году в список Всемирного наследия ЮНЕСКО были включены многочисленные исторические постройки Бамианской долины, в том числе буддийские монастыри, гигантские статуи Будды (как разрушенные, так и уцелевшие), остатки города Гаугале и две мусульманские крепости.

Всемирный торговый центр, башни-близнецы (Нью-Йорк)

За свою историю Соединенные Штаты Америки смогли создать идеальный образ свободы предпринимательства. Он постоянно поддерживался государственной идеологией, выработанной за долгие годы руководителями страны, и продолжает поддерживаться обществом. Главными символами «золотой мечты» американцев стали строившиеся в крупнейших городах небоскребы, где размещаются офисы самых успешных фирм.

Одним из таких символов стал Всемирный торговый центр в Нью-Йорке. Проект комплекса был предложен американским архитектором японского происхождения Минору Ямасаки в 1964 году.

Работы по закладке зданий начались в 1966 году. У инженеров и строителей, возводивших комплекс, уже на первоначальном этапе строительства возникло немало проблем. Во-первых, на месте будущего фундамента обнаружили искусст-

венный наносный грунт реки Гудзон. Во-вторых, более ста больших и малых зданий занимали площадь застройки. В-третьих, необходимо было перенести насыщенную и сложную систему подземных коммуникаций, телефонные и электрические кабели, газовые, тепловые, пневматические и водопроводные трубы; не задеть проходящую рядом скоростную автомагистраль и сохранить многочисленные пешеходные дороги и переходы. Последней проблемой стала станция подземной железной дороги, откуда начинался подводный путь в Нью-Джерси. Однако все эти трудности строители смогли преодолеть.

При возведении торгового центра архитектор применил прогрессивное конструктивное решение, основанное на сочетании прочных металлических сплавов и бетона. Строительство потребовало немалых средств и усилий. В итоге грандиозный комплекс из семи зданий был торжественно открыт 4 апреля 1973 года Центральное место в архитектурном ансамбле заняли башни-близнецы — Северная (ВТЦ-1; 110 этажей, 417 м) и Южная (ВТЦ-2; 110 этажей, 415 м). Они стали новым символом не только Нью-Йорка, но и, пожалуй, всей страны.

Тревожные события в истории башен стали происходить практически сразу после их постройки. В 1975 году, 13 февраля на 9—14-м этажах Северной башни произошел пожар. Противопожарная обработка стали против плавления спасла сам остов, и конструкция здания практически не пострадала.

В 1993 году, 26 февраля Северная башня вновь была в опасности, она подверглась террористической атаке. В ее подземном гараже был взорван начиненный взрывчаткой грузовик. Ущерб был причинен нескольким уровням, погибли шесть человек. Само здание опять серьезно не пострадало и выстояло. Согласно официальным данным, целью террористов было полное уничтожение двух небоскребов.

Башни-близнецы закончили свое существование во время печально известных событий 11 сентября 2001 года. Это был настоящий шок не только для США, но и для всего мира. Погибли около 3 тыс. человек, еще десятки тысяч серьезно по-

страдали. Сейчас нет однозначной оценки тех событий, однако с уверенностью можно сказать, что Америка потеряла один из главнейших своих символов. На месте рухнувших башен-близнецов в память о погибших был возведен мемориальный комплекс.

Мемориал воинской славы (Кутаиси)

В 1991 году Верховным советом Грузии был принят Акт о восстановлении государственной независимости Грузии. Во многих государствах — бывших республиках СССР новые правительства стали избавляться от советского прошлого. Этот процесс касался любой бывшей политической атрибутики, включая различные памятные строения. К сожалению, демонтажа не избежали и памятники, посвященные событиям Великой Отечественной войны.

В 1981 году по проекту известного грузинского скульптора Мераба Бердзенишвили в г. Кутаиси был установлен Мемориал воинской славы в честь погибших в борьбе с фашизмом. Композиция состояла из скульптуры всадника Мзечабуки и монумента-арки на двух опорах. На лицевой части располагался металлический барельеф, изображающий фигуры воинов и скорбящих людей, выше находились 7 малых арок, в которых висели колокола. Над ними возвышалась фигура монаха с распростертыми руками, его фигуру обвивала виноградная лоза, с сидящими на ней детьми.

В настоящее время мемориал несколько раз подвергался актам вандализма, часть фронтального барельефа была разломана, а также украдены два колокола. В итоге грузинские власти приняли решение о сносе памятника. Сначала были демонтированы барельеф и всадник, а 19 декабря 2009 года взрывом была снесена оставшаяся бетонная основа.

Против сноса памятника выступили многие общественные и политические движения, представители интеллигенции и

обычные граждане Грузии. Протест также последовал из МИДа Российской Федерации.

В декабре 2010 года на Поклонной горе в Москве был открыт аналог взорванного в Кутаиси Мемориала славы — памятник «В борьбе против фашизма мы были вместе».

Кафедральный собор Вознесения Девы Марии (Порт-о-Пренс)

В 1804 году, 1 января в результате успешного восстания местного населения на французской части о. Гаити было образовано независимое государство, город Порт-о-Пренс стал его столицей. В 1825 году Франция признала независимость Республика Гаити. Культура страны за долгие столетия сформировалась в результате смешения французской и африканской культур, с заметным влиянием католицизма. Новой столице требовался центральный храм.

В 1884 году в городе началось строительство кафедрального собора, которое завершилось в 1914-м. Храм в неоромантическом стиле был назван в честь Вознесения Девы Марии, освящен 13 декабря 1928 года и с тех пор являлся кафедральным собором Римско-католической архиепархии Порт-о-Пренса. Он занял центральное место среди архитектурных достопримечательностей столицы и стал одним из ее символов. Кроме того, купол северной башни собора служил в качестве одного из портовых маяков.

Двенадцатого января 2010 года в 16 часов 53 минуты по местному времени на острове Гаити произошло крупное землетрясение, в результате которого сотни тысяч людей погибли, а миллионы остались без крова. В день землетрясения в Порт-о-Пренсе были разрушены тысячи жилых домов и большинство больниц. Среди главных достопримечательностей сильнее всех пострадал кафедральный собор — крыша храма и башни, обрамляющие главный вход, были разрушены, но

стены собора устояли. Кроме того, рухнула резиденция архиепископа, сам архиепископ Жозеф Серж Мио погиб.

Таким образом, и в настоящее время происходит немало случаев утраты памятников культуры и искусства. Мировые достопримечательности исчезают из-за природных катаклизмов или по воле человека. Однако необходимо стараться беречь и сохранять исторические ценности для будущих поколений.

Список литературы

1. *Снесённые* сооружения // Википедия. URL: http://ru. wikipedia.org/wiki/Список утраченных памятников архитектуры Москвы

2. *Список* объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО // Википедия. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/ Список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО

3. *Список* утраченных памятников архитектуры Москвы // Википедия URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/ Список утраченных памятников архитектуры Москвы

4. *Известия* науки. Разрушенные статуи Будды в Афганистане восстановят Лазерами. URL: http://www.inauka.ru/news/article 55524.html

5. *Иконографический* обзор буддизма. Статуи Будды в Бамиане. URL: http://probud.narod.ru/bamian.html

6. *Министерство* культуры Российской Федерации. Культурные ценности – жертвы войны. Сводный каталог утраченных ценностей Российской Федерации. URL: http://lostart.ru/ru/svodnyj_katalog/knigi/

7. *Православная* энциклопедия. Александра Невского собор в Варшаве. URL: http://www.pravenc.ru/text/64442.html

8. *РИА Новости*. Защита по делу о взрыве «Мемориала славы». URL: http://www.rian.ru/international_justice/20091225/ 201440856.html

9. *Сухарева* башня. URL: http://www.moscow.org/moscow_encyclopedia/210_suhareva_tower.htm

М. А. Аскаров,
студент (Южно-Российский университет экономики и сервиса, Шахты)

Опыт развития выездного религиозного туризма в России (на примере ислама)

Согласно ст. 1 ФЗ № 132 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туризм — это временные выезды (путешествия) граждан России, иностранцев и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, физкультурно-спортивных, религиозных и иных целях, без занятия коммерческой деятельностью в стране или месте временного пребывания [1].

Из данного определения можно сделать вывод, что одна из целей туризма — религиозная. Согласно ГОСТу 50690-2000 религиозные туры — это туры с паломническими целями, участие в религиозных мероприятиях, маршруты с посещением святых мест [2]. Туристом, путешествующим с религиозными целями, является человек, выезжающий на срок не более года для посещения святых мест и религиозных центров. Под религиозным туризмом следует понимать виды деятельности, связанные с предоставлением услуг и удовлетворением потребностей туристов, направляющихся к святым местам и религиозным центрам, находящимся за пределами населенных пунктов, в которых они проживают.

Религиозный туризм — один из самых древних видов туризма — имеет три формы: паломничество, экскурсионные туры по религиозной тематике и специализированные туры.

Паломнический туризм представляет собой поездки представителей различных религий с паломническими целями. Совершать паломничества людей побуждает много различных

мотивов. Это желание исцелиться от физических или душевных недугов, стремление выразить благодарность высшим силам, проявить преданность вере, обрести смысл жизни, помолиться за родных и близких, обрести благодать и т. д. Есть и другие причины, обязывающие совершать паломничества в святые места. Например, ислам предписывает обязательное паломничество, как указывается в священной книге мусульман Коране, где есть целый стих, посвященный обряду паломничества.

Чтобы понять значение обряда паломничества для мусульманина, необходимо иметь представление об исламе.

Ислам (это слово можно перевести как «покорность и мир») зародился в VII веке н. э. в Западной Аравии среди арабов. Подавляющее большинство населения Аравии придерживалось традиционных языческих верований. Но заметно было влияние и монотеистических религий — иудаизма и христианства. Ислам утверждает себя продолжателем и хранителем всех верных учений.

Основные догматы мусульманской веры следующие.

1. Вера в Аллаха. Существует три основных понятия Бога: его единственность, превосходство и присущность. Ислам — самая последовательная монотеистическая религия. Бог вечен вне времени, отличен от созданной им Вселенной, милостивый и милосердный.

2. Вера в Книги. С каждым из посланников Всевышний передавал людям Книгу: Тору через Моисея, Евангелие через Иисуса, Коран через Мухаммеда.

3. Вера в ангелов и джиннов.

4. Вера в пророков.

5. Вера в рай и ад.

6. Вера в предопределение.

7. Вера в жизнь после смерти, бессмертие души.

Столпы ислама сводятся к следующим пяти постулатам: шахада (соблюдение строжайшего единобожия), намаз (со-

вершение ежедневной пятикратной молитвы), закят (материальное пожертвование), саум (соблюдение поста в месяц Рамадан), хадж (совершение паломничества в Мекку). Они составляют фундамент, на котором построена жизнь мусульман [10].

Хадж — это особый обряд поклонения Богу. От других столпов ислама он отличается тем, что характеризуется единством времени и места его совершения. Совершается хадж в начале двенадцатого месяца мусульманского лунного календаря, вследствие чего этот месяц и получил название «зу-ль-хиджжа» — «обладающий паломничеством».

Согласно учению ислама, хадж должен совершить хотя бы один раз в жизни каждый мусульманин, который в состоянии это сделать. После этого он получает почетный титул хаджи и право носить зеленую чалму.

Народы, населяющие российские земли, очень рано познакомились с исламом. Достаточно сказать, что уже в VII веке дагестанский г. Дербент становится частью исламского мира, и там уже было возведено семь мечетей.

Вопрос о мусульманском паломничестве представлял для России ввиду многочисленности ее мусульманского населения громадную важность. По статистическим данным, на рубеже XIX—XX веков от 8 до 12 тыс. российских мусульман ежегодно совершали хадж [6].

В истории зафиксированы случаи совершения хаджа представителями монархических династий. Например, 1494 году казанская царица Нурсултан совершает хадж по маршруту через Каир.

Первый российский законодательный акт, касающийся хаджа, появился в 1803 году, он давал разрешение выезжать в хадж оказавшимся в России бухарцам. Но еще ранее этого, видимо впервые, российские власти столкнулись с вопросом хаджа в Крыму. Ведь по условиям его присоединения к России крымские татары сохранили свои привилегии, в том числе

беспрепятственное совершение хаджа. По данным исследовательницы Л. Бобовниковой, «желающим крымским татарам совершить паломничество в Мекку (т. е. хадж) выдавались паспорта» [9].

В XIX веке паломничество российских мусульман совершалось в основном по трем общепринятым маршрутам.

1. По Закавказью и северной части Персии через узловой пункт Кирманшах и пограничный с Турцией город Ханекин, по направлению на Багдад — с посещением памятных для шиитов мест Казвина, Кербелы, Неджефа, а затем далее через пески Аравии — в Мекку и Медину. По оценкам российских дореволюционных ученых, число паломников на этом маршруте достигало до 12—15 тыс. человек.

2. Через Самарканд и Бухару в Афганистан через Мазари-Шариф, Кабул и Пешавар в Бомбей, а оттуда морем в Джидду или Ямбо, служащие гаванями для Мекки и Медины. Этот маршрут использовали в среднем 4—7 тыс. российских паломников ежегодно, в основном это хаджии из Средней Азии. По этому маршруту хаджии следовали без российских документов, приобретая китайские или бухарские так называемые «билеты».

3. Из портов Черного моря через Стамбул и Суэц в Джидду или Ямбо, а оттуда в Мекку и Медину. Этим маршрутом пользовались все российские татары, кавказские сунниты и близкие к внутренней России казахи, всего через этот маршрут ездили 2—3 тыс. паломников [6].

Отрицательному отношению к хаджу российских властей способствовала политическая подоплека — нахождение Хиджаза в составе Османской империи.

Для всесторонней оценки религиозно-политических и медико-эпидемиологических аспектов хаджа впервые в российской истории в Мекку был направлен мусульманин — офицер русской армии Абдуль Азиз Давлетшин. Его отчет, опубликованный в 1899 году под грифом «Секретно», сыграл важную

роль в объективной оценке роли и значения хаджа из России для мусульман, самой империи и ее международного авторитета. Отчет Давлетшина, названный за рубежом «Секретная миссия русского офицера», открыл совершенно новую страницу в организации хаджа из России. К концу 1889 года были подготовлены обширные зарубежные и отечественные исследования и материалы для принятия в империи в 1902 году «Временных правил о паломничестве мусульман». Важным в Правилах было то, что к началу XX века хадж из России стал фактором доверия между властью и общиной мусульман, был признан неотъемлемым столпом ислама и важным элементом международных религиозных связей.

В XX веке появляются новые маршруты хаджа. Так, из Москвы стало возможно ехать поездом до Варшавы, Вены и Стамбула. Путь занимал 6 дней, но стоил билет 100 рублей. Пароходы ходили из Батуми, Севастополя и Одессы, причем появились и беспересадочные туры по морю напрямую в Джидду. Наибольшее число паломников ехали через Одессу, так как здесь находилось турецкое консульство, где выдавали визу «до Мекки через Стамбул». В Одессе строится татарская мечеть, имамом там служит Сабиржан Сафаров, который содействует хаджиям [6].

М. Э. Никольский в своей статье «Паломничество мусульман в Мекку» в 1911 году пишет, что ежегодное число паломников из России за последние годы колеблется от 6 до 10 тыс. человек, не превышая 16 тыс. богомольцев [9].

Огромную положительную роль в развитии организации хаджа из России сыграло российское консульство в Джидде. Симптоматично, что в инструкции консулу прямо говорилось, что цель консульства состояла «преимущественно в покровительстве нашим паломникам, ежегодно в значительном числе отправляющимся на поклонение мусульманским святыням в Мекку и Медину».

Заботясь о хаджиях, консульство разработало систему депозитов, оставляемых паломниками. Например, в сезон хаджа

1907 года было оставлено средств на сумму почти 50 тыс. рублей. Такой метод облегчал решение вопросов сохранности средств на обратную дорогу и на случай смерти, тогда деньги переправлялись на родину. Работа консульства в Джидде продолжалась вплоть до начала Первой мировой войны в 1914 году, когда была объявлена война с Османской империей, т. е. совершение хаджа тогда стало почти невозможным. Вновь консульство открылось уже при советской власти. В 1924 году советское правительство установило дипломатические отношения с Хиджазом, открылось консульство в Джидде.

В 1928 году саудовские власти запретили доступ в Мекку для «европейцев, считавших себя мусульманами», но фактически отрицавших религию. Это решение могло быть направлено и против советских дипломатов. В ходе визита эмира Фейсала ибн Абдель-Азиза в 1932 году в СССР ставились вопросы об обеспечении прибытия из СССР хаджиев в количестве 10—15 тыс. человек. Однако советское правительство оставило эти вопросы без внимания. Возобновился хадж из СССР в 1945 году. С 1945 по 1990 год из Советского Союза совершили хадж около 900 советских граждан [4].

После распада СССР Россия стала восстанавливать утерянные духовные ценности. В этот период очень многие мусульмане-россияне получили возможность посещать священные места и выполнять свои религиозные обязанности. В современной России ежегодно обеспечиваются благоприятные внутренние и международные условия для организации паломничества. Для этого мобилизуется потенциал государственных административных, материально-технических, финансовых, международных и кадровых ресурсов, негосударственных общественных и религиозных организаций всех регионов России.

Например, квота для Российской Федерации в 2009 году составила 20,5 тыс. человек. Это количество паломников зафиксировано в подписанном в Мекке российско-саудовском Протоколе по приему российских паломников.

В рамках подготовки к сезону хаджа-2009 была сформирована хадж-миссия, включающая около 200 человек из числа

представителей туристических компаний и духовных управлений мусульман, финансируемых из их бюджета.

Несмотря на мировой финансовый кризис, количество желающих совершить паломничество превысило официальную российскую квоту. По данным Министерства по делам хаджа КСА, на территорию королевства для совершения паломничества въехало 20499 российских паломников.

В 2009 году российские духовные управления мусульман аккредитовали восемь компаний: от Совета муфтиев России и Духовного управления мусульман европейской части России (квота 3750 человек) [4].

Из существующих проблем стоит выделить недоработки ряда компаний в части, касающейся обслуживания паломников, путешествующих наземными видами транспорта, а также расселения паломников всех категорий в гостиницах Мекки.

К сожалению, некоторые духовные управления мусульман и хадж-компании к работе в составе хадж-миссии зачастую привлекают неподготовленных лиц: некоторые из них не владеют ни арабским, ни английским языками и плохо ориентируются в программе пребывания и маршрутах совершения паломничества, поэтому при возникновении реальной проблемы они не всегда могут помочь паломникам. Решением этого вопроса могло бы стать:

— повышение квалификации менеджеров туристских фирм, организующих и продающих данный вид туристского продукта;

— издание методических пособий и учебников для подготовки высококвалифицированных специалистов по религиозному (паломническому) туризму;

— развитие транспорта и коммуникаций на соответствующих маршрутах;

— внедрение экономических и статистических механизмов, которые позволят вести корректное наблюдение и объективный контроль за состоянием и развитием религиозного туризма;

— организация образования и подготовки кадров;

— расширение круга аккредитованных туроператоров, а как следствие — конкуренции и борьбы за качества.

Список литературы

1. *О внесении* изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»: федеральный закон от 05.02.2007 г. № 12-ФЗ. URL: http://www. rg. ru/2007/02/09/ turism-dok. html (дата обращения: 30.04.2010).

2. *ГОСТ* Р 50690—2000. Туристские услуги. Общие требования. URL: http://www. compastour. ru/docgost. htm (дата обращения: 05.05.2010).

3. *Алиев М.* Год жизни мусульманина. СПб., 2006.

4. *Независимый* исламский портал. URL: www. islam. Ru (дата обращения: 20.05.2011).

5. *Прохорова В.* Коран. Перевод смыслов и комментарии. М., 2002.

6. *Сибгатуллина А.* Все пути ведут в Хиджаз // Асс-салам: духовно-просветительская газета. 2009. Дек. С. 16.

7. *Игнатенко А. А.* Интернет-ресурс Научно-исследовательского института социальных систем МГУ им. М. В. Ломоносова. URL: http://niiss. ru/ign_111103.shtml (дата обращения: 14.05.2010).

8. *Смыслова Е.* Официальный сайт Православной Российской Церкви. URL: http://www.sinodipc.ru/page/97/?PHPSESSID=93fde500 4845ffc37497 bfe7e196e3aa (дата обращения: 23.05.2010).

9. *Якупов В.* Портал Союза мусульманских журналистов России. URL: http://info-islam. ru/analyst/?ID=1512& (дата обращения: 28.04.2010).

10. *Википедия*. URL: http://ru. wikipedia. org/wiki/Islam (дата обращения: 10.05.2010).

А. Гребнев,
студент (Альметьевский филиал КГТУ им. А. Н. Туполева, Альметьевск)

Анализ маркетинговой политики в сфере оказания услуг горнолыжных комплексов

В настоящее время в Республике Татарстан развивается сфера спортивно-оздоровительных услуг, вследствие чего здесь появилось множество оздоровительных и развлекатель-

ных центров для лечения и отдыха. Особое место в этой сфере занимают горнолыжные комплексы (ГЛК), между которыми ведется конкурентная борьба. В статье проанализированы три основных горнолыжных комплекса Республики Татарстан: ГЛК Альметьевска «ЯН», ГЛК Казани «Свияга» и ГЛК вблизи Набережных Челнов — «Федотово».

При написании данной работы использованы материалы: А. В. Коротковой, Л. Л. Ибрагимова, И. Д. Эриашвили и других, а также прикладной материал.

Изучая деятельность ГЛК «ЯН», можно отметить, что их маркетинговая политика имеет недостатки по сравнению с конкурентами. Для минимизации убытков данного предприятия, увеличения его прибыли и расширения аудитории потенциальных потребителей услуг целесообразно внести изменения в маркетинговую политику комплекса.

Прежде всего, необходимо определить тип потенциального потребителя по следующим критериям:

1) по возрасту и тому, как организует свой досуг;

2) по степени материального благосостояния потенциального потребителя и тому, как он относится к сохраниню своей физической формы.

Необходимо также разработать программу, которая позволит привлечь конкретного потенциального потребителя на ГЛК «ЯН». Цель такой программы — работа с потенциальной группой потребителей. Надо обратить их внимание на ГЛК и убедить совершить пробную покупку. Средствами воздействия здесь выступают:

— предложение товаров и услуг, которых нет у конкурентов; нужно быть готовым предложить покупателям новые товары и услуги;

— постоянная массовая реклама по простому принципу: «Мы расположены там-то, у нас есть товар — и много»;

— нестандартные методы рекламы, например устное распространение информации об услугах ГЛК;

— помощь имеющихся клиентов: если им нравится ваше заведение и ваши услуги, они будут рады порекомендовать вас

своим друзьям и знакомым, особенно если их усилия будут оценены (например: «Приведи друга и получи скидку на прокат лыж 10 %»);

— использование коммуникационных рекламных материалов. В рекламном объявлении должна содержаться просьба что-то сделать: позвонить, заполнить анкету, заехать за купоном на скидку.

Также необходимо в целях реализации данной маркетинговой программы провести следующие исследования:

1) анализ пика активности клиента;

2) определение частоты покупок услуг и товаров;

3) проведение анализа мнений клиентов в отношении предоставляемых ГЛК услуг;

4) выявление наиболее популярных услуг и на этой основе обеспечение дополнительными услугами;

5) анализ ценового предложения по всем видам услуг и введение дифференцированных скидок на них в зависимости от спроса;

6) разработка методики расчета рыночной цены предоставляемых услуг, обеспечение ее гибкости в зависимости от времени их предоставления.

После расчета и принятия новой цены можно ожидать охвата более широкой аудитории, увеличения посещаемости и доходов.

Процесс выбора цен должен опираться и на себестоимость продукции, цены конкурентов, соотношение спроса и предложения и на другие факторы, влияющие на ценообразование.

Горнолыжный комплекс должен пытаться обеспечить мотивированную, своевременную и достаточную ценовую реакцию таким образом, чтобы получить максимальный объем продаж с минимальной потерей доходов.

Все это позволит горнолыжному комплексу эффективно продавать свои услуги на рынке спортивно-оздоровительных услуг, быть прибыльным и стать привлекательным местом активного отдыха.

А. А. Скрипкин,
магистрант (Уфимская государственная академия экономики и сервиса)

Перспективы развития охотничьего туризма в Республике Башкортостан

Охотничий туризм — явление многоплановое. Для значительной части охотников-любителей основная цель охоты — это прогулка по лесу, а не трофей. Такие виды туризма, как фото-, кино- или видеоохота, относятся не только к спортивно-оздоровительной, но и познавательной рекреации. В то же время охотничий трофейный туризм все больше регламентируется в связи с проблемами охраны животного мира. Охотничий туризм как вид отдыха относительно молод, он зародился в XIX веке за рубежом.

Самый общий обзор охотничьего хозяйства европейских (тогда еще социалистических) стран выполнен А. В. Малиновским [2]. Наиболее известна единственная и очень полезная монография В. В. Дежкина [3], посвященная охоте и охотничьему хозяйству мира. С 1999 года в России издается специальный журнал «Сафари», а с 2002 года — «Охотник за трофеями». Идея нового журнала — ведение «правильной трофейной охоты», хотя для охотника любая добыча в широком смысле — трофей.

Каждая географическая зона имеет свои особенности в плане охотничьего туризма (табл. 1).

Из данных таблицы 1 и проведенных исследований видно, что потенциал, заложенный в рассматриваемом регионе, слабо освоен и требует развития данного вида туризма, в том числе с помощью организации охотничьей базы и привлечения охотников-туристов.

Таблица 1

Основные зоны охотничьего туризма

Зона развития охотничье-рыболовного туризма	Степень вовлеченности в экономический оборот	Специализация по видам туризма
Московский регион	Высокая	«Комфортный» туризм; экскурсионые туры, туры «выходного дня»; развлекательный туризм
Средняя полоса европейской части России	Средняя	«Комфортный» и экстремальный туризм; туры «выходного дня», экспедиционные туры; развлекательный и трофейный туризм
Юг России	Высокая	«Комфортный» туризм; туры «выходного дня», экспедиционные туры; развлекательный и трофейный туризм
Республика Карелия и Кольский полуостров	Высокая	Экстремальный туризм; экспедиционные туры; развлекательный и трофейный туризм
Урал	Низкая	Экстремальный туризм; экспедиционные туры; развлекательный и трофейный туризм
Сибирь и Дальний Восток	Высокая	Экстремальный туризм; экспедиционные туры; развлекательный и трофейный туризм

В Башкортостане практически отсутствуют общедоступные специализированные стационарные охотничьи базы. Охотничьи туры в основном экспедиционные, поэтому проживание может осуществляться во временных помещениях (взятые в аренду деревенские дома, охотничьи домики, передвижные вагончики, палаточные лагеря).

Развитие охотничьего туризма зависит от степени продуктивности охотничьих угодий (табл. 2).

Таблица 2

Продуктивность охотничьих угодий за 2007—2008 годы

Республика	Площадь охотничьих угодий, тыс. га [4]	Добыча копытных в охотничьем сезоне 2007/08 годы	
		Всего, голов [5]	Особей/га
Башкортостан	14295	153	0,00001
Татарстан	6247	1003	0,0002

Как следует из таблицы 2, разница между соседними регионами по площади и продуктивности охотничьих угодий значительна. Требуются инвестиции в охотничьи хозяйства Республики Башкортостан, необходимо возобновление ресурсов. Ресурсы — ключевое звено в сфере охотничьего хозяйства, следовательно, будут ресурсы — будет развиваться охотничий туризм [1], будут поступления в республиканский бюджет.

Перспективен в плане охотничьего туризма Нуримановский район Башкирии. Леса занимают 78% его площади (205,5 тыс. га). В районе представлены леса из пихты, сосны, березы, липы, дуба и осины. Гидрографическую сеть образует река Уфа с притоками.

Объекты охотничьего туризма в Нуримановском районе — медведь, лось, косуля, кабан, волк, лиса, рысь, глухарь, тетерев, утка. В регионе множество природных водоемов, имеющих стабильную популяцию рыб. За исключением хищников, популяции охотничьих животных и рыб не обладают высокими трофейными качествами, поэтому для региона характерен развлекательный охотничий туризм.

В районе д. Терекла заложена вся необходимая инфраструктура, а это дорога (1,5 часа от международного аэропорта Уфы), электричество. Здесь также находится ферма по разведению баранов, конюшня, развито пчеловодство, что дополнительно привлекает туристов.

На восточной окраине д. Сарва находится Сарвинское озеро — гидрологический памятник с 1965 года. Это второй по де-

биту после Красного ключа карстовый источник Башкортостана. Сарвинское озеро длиной 80 м, шириной до 38 м и глубиной 35 м. Питают его р. Саула и ее притоки, протекающие большей частью под землей. В месте выхода из недр р. Саула образуется озеро с чистой и прозрачной водой. Озеро не замерзает даже в сильные морозы. Сюда приезжают дайверы со всей России. Вытекающая из озера река называется Сарва, она тоже несколько раз уходит под землю. Приезжающие сюда дайверы дадут дополнительную загруженность гостевых домов.

В регионе недостаточно развит въездной иностранный охотничий туризм. Это связано с двумя причинами. Во-первых, невысокая трофейная ценность местных популяций охотничьих животных и рыб. Во-вторых, территория значительно удалена от основных иностранных потребителей российского охотничьего турпродукта — граждан Европы и Америки.

Опережающими темпами растет внутренний охотничий туризм по сравнению с ростом въездного охотничьего туризма. Предпосылками этого служат увеличение доходов платежеспособной части российских охотников, а также их желание разнообразить свой отдых. Это влечет за собой увеличение числа специализированных туроператоров. Крупные, перспективные и финансово устойчивые компании в сфере охотничьего туризма будут заинтересованы в получении долгосрочных лицензий на право пользования объектами животного мира. Следует ожидать активизации этих процессов вокруг крупных индустриальных городов, где лучше развита транспортная сеть и выше платежеспособность населения. Нуримановский район Башкортостана находится недалеко от международного аэропорта г. Уфы, что является большим преимуществом по сравнению с удаленными уголками республики.

В будущем эти процессы повлекут за собой значительное увеличение инвестиций в охотничий туризм, а также в другие сопутствующие отрасли — транспорт, общественное питание, торговлю (сувениры, оружие, специальная экипировка), таксидермию, издательство книг, периодики, выпуск видеофильмов. Рост инвестиций повысит уровень организации и качест-

во обслуживания, а также приведет к более эффективному использованию охотничьих ресурсов, направленному на воспроизводство объектов животного мира, поскольку охотпользователи будут заинтересованы в притоке туристов и успешности туров. Это может быть достигнуто при научном подходе к использованию природных ресурсов, отнесенных к объектам охоты и рыболовства. Мировой опыт организации охотничьих и рыболовных туров сформировал основные методы ресурсосбережения:

— эффективная охрана охотничьих угодий;

— учет возрастной, половой и территориальной структуры популяций охотничьих животных;

— селекционные и воспроизводственные мероприятия, направленные на увеличение трофейных качеств популяций охотничьих животных (полувольное содержание, дичеразведение и т. д.).

Подводя итоги вышесказанному, следует отметить возрастающий интерес к данному виду туризма и наличие реальных и потенциальных возможностей для его развития в Башкортостане.

Природный потенциал региона уникален, возможности огромны, хотя степень научной разработанности охотничьего туризма находится на низком уровне.

Развитие охотничьего туризма повысит интерес к региону, увеличит приток туристов, сохранит природу края.

Список литературы

1. *Данилкин А.* Госполитика говорит…// Охота. 2011. №3. С. 2—3.

2. *Малиновский А. В.* Охотничьи хозяйства европейских социалистических стран М., 1973.

3. *Дежкин В. В.* Охота и охотничье хозяйство мира. М., 1983.

4. *Ресурсы* основных видов охотничьих животных и охотничьи угодья России (1991—1995 гг.). М., 1996.

5. *Состояние* ресурсов охотничьих копытных животных, медведей, соболя, бобра, выдры и их добыча в Российской Федерации в 2003—2008 гг. М., 2009.

М. К. Калмыкова,
студентка (Саратовский государственный технический университет)

Нижневолжский глобальный геопарк: Вольский кластер

Нижнее Поволжье — регион с богатым геологическим наследием. В ходе инвентаризации, проведенной в 1998 году Нижневолжским НИИ геологии и геофизики, только на территории Саратовской области зафиксировано 22 официальных геологических памятника природы (ГПП) регионального значения. Помимо ГПП специалистами описано множество геологических объектов, которые можно позиционировать как уникальные (УГО). Сегодня на территории Нижнего Поволжья складывается определенная система ГПП и УГО: условно выделяется ряд кластеров (Вольский, Саратовский, Банновский («Белая земля», по А. Н. Башкатову [1]), Жирновский, Камышинский, Эльтонский, Баскунчакский). В каждом из названных кластеров сосредоточены десятки УГО различных типов.

Система ГПП и УГО гармонично сочетается с иными уникальными объектами (геоморфологическими, археологическими, ботаническими и др.), а также с музеями. Развивается система локальных особо охраняемых природных территорий (ООПТ), в том числе в ранге национальных парков. Таким образом, имеется рекреационная основа для постановки вопроса об очерчивании Нижневолжского глобального геопарка. При условии создания в перспективе соответствующей инфраструктуры территория может быть оценена как в целом весьма благоприятная для развития туризма (экологического, познавательного, научного и др.) в формате глобального геопарка.

Авторами наиболее системно на сегодняшний день изучен Вольский кластер, который мы рассмотрим в качестве примера. Здесь находятся три официальных ГПП.

1. *«Слои Белогродни»* — стратиграфический и рудно-петрографический ГПП. Представляет собой опорный разрез,

вскрывающий контакт аналогов отложений маастрихтского яруса верхнего мела и датского яруса палеогена. Является характерным примером резкой смены карбонатонакопления кремненакоплением. «Слои Белогродни» содержат остатки однообразной фауны мшанок, губок, кораллов и др.

2. *«Самородные ямы»* — геоморфологический ГПП. Памятник состоит из трех воронкообразных углублений, достигающих 45 м в диаметре и 25 м в глубину. Образование его связано с процессом выщелачивания меловых пород и последующего заполнения опоками пустот и неровностей в маастрихтских мел-мергельных породах.

3. *Местонахождение ископаемой фауны в районе с. Широкий Буерак* — палеонтологический ГПП. Здесь найдены остатки крупных морских позвоночных — ихтиозавров. В экспозиции Вольского краеведческого музея представлены отдельные позвонки и неполный скелет ихтиозавра (Paraophtalmosaurus) [2].

Представляется возможным выделение еще ряда УГО, которые заслуживают статуса ГПП, детального изучения и охраны. Назовем наиболее показательные из них.

1. *Вольская оползневая зона* — геоморфологический ГПП, классическая иллюстрация проявления процессов оползания. Рассматривается в качестве примера в учебниках геоморфологии и геологии. Общая протяженность оползневого участка по береговой полосе составляет более 20 км, площадь — около 1000 м^2. Наличие подобных форм рельефа обусловлено геологическим строением территории (чередованием моноклинальных водоносных и водоупорных слоев), абразионными процессами, а также деятельностью человека. В пределах Вольского оползневого региона выделяют два участка: городской (охватывает центральную часть города и окрестности цементных заводов «Комсомолец», «Коммунар» и «Большевик») и участок в районе с. Широкий Буерак (выше плотины Саратовской ГЭС). Площадь последнего достигает 600 м^2 [3]. Особенности этих оползней как функционирующих в городской черте позволяют позиционировать эти объекты в том числе и как геоэкологические природно-антропогенные памятники.

2. *Меловые разрезы в карьерах заводов «Большевик», «Коммунар», «Красный октябрь»* — палеонтологические и стратиграфические ГПП. Многие карьеры могут быть использованы в качестве объектов палеонтологического и индустриального туризма в сочетании с альпинизмом и водными видами туризма. Здесь можно встретить останки морских беспозвоночных (ядра крупных аммонитов, панцири морских ежей, отпечатки морских звезд и др.) и позвоночных (зубы акуловых рыб, костные фрагменты морских ящеров) животных [4]. Посещение заброшенных объектов горнопромышленного производства (карьеров и рудников по добыче полезных ископаемых, зданий и территорий промышленных предприятий) активно практикуется во многих странах мира. Существует достаточное количество подобных объектов, которые включены в список ЮНЕСКО и имеют статус объектов мирового культурного и природного наследия.

3. *Долина р. Терешки* — геоморфологический и палеонтологический ГПП. В ходе размыва берегов на поверхность выходят кости крупных млекопитающих четвертичного возраста (например, остатки мамонта Mammuthus primigenius представлены в экспозиции Вольского краеведческого музея). Долина р. Терешки имеет своеобразные черты — при общем пологохолмистом рельефе здесь имеются поднятия с выходами коренных пород. Склоны, подмываемые рекой, сложены чередованием в разрезе песков и глин. Эти отложения подвергаются активному действию водной и ветровой эрозии, что привело к формированию у берегов реки пляжных намывов.

Сочетание с иными туристическими объектами, в частности с хорошо развитыми горнолыжными комплексами, насыщенность иными памятниками природы (ботаническими, ландшафтными) и развитая система местных музеев делают территорию Вольского кластера благоприятной для интенсивной туристической деятельности.

Рекреационные природные ресурсы Вольского геоэкотуристского кластера Нижневолжского геопарка используются как научно-образовательный полигон для проведения полевых

практик студентов направлений «туризм», «землеустройство и кадастры» и «экология» Саратовского государственного технического университета. Дополнением к посещению УГО может стать изучение экспозиции Вольского краеведческого музея.

Список литературы

1. *Башкатов А. Н.* Природно-исторический ландшафт «Белая земля»: проблема сохранения и использования наследия // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Наука, власть и общество перед лицом экологических рисков и опасностей» / под ред. Д. В. Михеля [и др.]. Саратов, 2007. С. 50—52.

2. *Брехов В. В., Иванов А. В., Сельцер В. Б.* Геологическое прошлое Вольского края (путеводитель по экспозиции Вольского краеведческого музея). Саратов, 2005.

3. *Лотоцкий Г. И.* Современное экзогенное рельефообразование и охрана окружающей среды в Саратовском Поволжье. URL: (http://www. sgu. ru/faculties/geographic/departments/geomorphology/lototsky. php)

4. *Яшков И. А., Калмыкова М. К., Иванов А. В.* Экотуристский кластер. Вольский регион // Инновации+Паблисити. 2011. №2. С. 10—15.

Л. Д. Атаханова,
студентка (Альметьевский филиал КГТУ им. А. Н. Туполева)

Анализ рынка санаторно-курортных услуг г. Альметьевска

В структуре потребительского рынка услуг России доля санаторно-оздоровительных услуг в 2000 году составила 3,5 %, а в 2007-м только 1,5 %. Эти данные свидетельствуют о временном кризисе в развитии санаторной базы России. Такое же положение наблюдается и в Татарстане. Сегодня сфера ус-

луг становится все более значимой в экономике России, а высокая конкуренция заставляет организации использовать маркетинг как средство достижения превосходства. Необходимо отметить, что современная санаторно-курортная деятельность требует особого грамотного подхода, основанного на знаниях методологии организации и сбыта, санаторно-курортных услуг. Поэтому анализ рынка услуг в этой сфере представляется весьма актуальным.

Исследуя рынок с/к услуг г. Альметьевска и место с/п «Ромашкино» на этом рынке, мы анализировали следующие показатели деятельности.

1. Изменение цен на санаторные услуги.

2. Использование рекламы как главного способа неценовой конкуренции.

3. Стимулирование реализации медицинских и сервисных услуг санаторно-курортного комплекса.

4. Виды платных медицинских услуг.

5. Внутренний маркетинг; продвижение и управление персоналом санаторно-курортного комплекса.

При исследовании системы маркетинга использовались работы А. М. Ветитнев, А. В. Короткова, Л. А. Ибрагимов, а также прикладной материал по рынку санаторно-курортных услуг, в том числе и с/п «Ромашкино».

В результате исследования были получены следующие выводы:

— анализ цен конкурентов показал, что значительного разрыва в ценах не наблюдается;

— санаторий «Ромашкино» имеет постоянных клиентов;

— ежегодно увеличивается количество отдыхающих, прибывающих в санатории: так в 2008 году количество отдыхающих было больше в 1,51 раза по сравнению с 2003 годом, загрузка коечного фонда здравниц достигла приблизительно 80 %; до 52,6 % увеличилась доля реализации коммерческих путевок;

— наибольшее количество санаторно-курортных учреждений Татарстана расположено на юге-востоке республики.

Все маркетинговые усилия должны быть направлены на формирование сильных и прочных предпочтений у сущест-

вующих и потенциальных клиентов. Это требование — следствие отношения к уровню предпочтений санатория. Деятельность по продвижению особенно эффективна для создания, сохранения и усиления предпочтений потребителя.

На основе итогов анализа мы предлагаем следующие рекомендации по организации и совершенствованию системы контроля качества санатория-профилактория «Ромашкино».

Все маркетинговые усилия должны быть направлены на формирование сильных и прочных предпочтений у действительных и потенциальных клиентов.

Потребители услуг больше доверяют советам других людей, чем прямой рекламе. Для использования этого фактора санаторию необходимо активно собирать рекомендации у своих клиентов. Лучше всего делать это сразу же после окончания отдыха или во время отдыха, пока у клиента еще свежи восприятия. Рекомендательные письма от наиболее значимых клиентов необходимо разместить в приемной и на сайте, а также общие письма, просто выражающие благодарность за качественно проделанную работу. Удовлетворенный отдыхающий расскажет о своих впечатлениях другим людям в своем окружении. Хорошо известно, что одно из наиболее эффективных рекламных средств — это информация, непосредственно получаемая «из уст в уста» от осведомленных людей, которых знаешь и которым доверяешь.

Чтобы заполнить пустующие места в санатории, необходимо снизить цены, привлекая потребителей с менее высокими доходами. Можно использовать следующие виды скидок.

- *Количественная скидка,* которая дается за объем приобретаемых услуг. Здесь может быть несколько вариантов:

а) при покупке нескольких путевок в санаторий сразу (даже люди с высокими доходами не всегда могут себе позволить отвезти отдыхать всю семью, а скидки могут привлечь их);

б) при покупке путевки на более длительный срок. Например, при увеличении срока нахождения в санатории на каждые 5 дней делать скидку (за эти дни) на 3—5%. Это под-

толкнет людей проводить весь свой отпуск в санатории, а не только его часть; данная скидка позволит санаторию увеличить свою прибыль за счет роста объема реализации услуг.

- *Бонусная скидка*, которая предоставляется постоянным покупателям. Благодаря ей и новые, и постоянные клиенты не будут пользоваться услугами конкурентов, так как путевка в «Ромашкино» им обойдется дешевле за счет накапливающейся скидки.

- *Сезонные скидки*, которые предоставляются потребителям за покупку услуги вне сезона, т. е. в зимний период (когда проходит пора отпусков, путевки в санаторий особенно плохо реализуются). Поэтому в такое время очень важно уделить внимание привлечению клиентов. Наиболее простой способ — ввести сезонные скидки, которые будут более эффективны, если в совокупности с ними предложить потенциальным клиентам весело и интересно отметить какие-либо праздники (Новый год, Рождество, Старый новый год и т. д.)

Таким образом, понизив цену на путевки в санаторий-профилакторий «Ромашкино», а также используя предложенную систему скидок, руководство организации сможет:

а) удержать старых клиентов благодаря накапливающимся скидкам на их «счету»;

б) привлечь новых клиентов за счет сниженных цен;

в) поддерживать постоянный уровень реализации путевок.

В целях привлечения потенциальных клиентов рекомендуется проработать вопрос размещения информации о санатории в других регионах (Западная Сибирь, Урал и т. д.).

Все это, по нашему мнению, повысит конкурентоспособность данного санатория на рынке лечебно-санаторных услуг и позволит ему выйти на новые рынки Российской Федерации.

Ю. Крумин,
студентка (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Культурно-экскурсионный тур по области Ханья о. Крит

Крит (греч. Κρήτη) — самый большой греческий остров и пятый по величине в Средиземном море, лежащий на перекрестке трех частей света: Европы, Азии и Африки. Такое местоположение Крита создало благоприятные условия для зарождения здесь самой древней цивилизации в Европе — минойской, давшей основу греческой и европейской культуре.

Крит — это не только живые иллюстрации к великим греческим мифам. Это прозрачная многоцветная палитра моря, серебристо-зеленые рощи оливковых деревьев, это взлохмаченные ветром пальмы и колючие «лапы» кактусов. Остров Крит — туристско-культурный и исторический центр мирового уровня. Самая известная в историческом плане область острова Крита — Ханья.

Область Ханья расположена на расстоянии примерно 140 км от столицы острова Ираклиона. Этот город был первой столицей Крита (до 1971 года). Даже несмотря на то, что город подвергался сильным бомбардировкам во время Второй мировой войны, он считается самым красивым на острове, особенно остатки венецианской гавани. Центральную часть города Ханья называют *Кастели* («цитадель»). Она расположена на маленьком холме прямо рядом с набережной.

Из города Ханья маршрут лежит к одной из главной достопримечательности этой части Крита — к монастырю Мони Хрисоскалитиса, который находится в крепости на вершине крутой скалы, нависшей над узкой бухтой. К монастырю ведут 90 ступеней, по легенде одна из них золотая, но ее не могут видеть грешные люди. Отсюда название монастыря «золотая ступень».

Далее маршрут идет в захватывающее место под названием Элафониси. Это один из красивейших пляжей Европы, расположенный на небольшом островке, который находится в 76 км от Ханьи и удален от берега примерно на 100 м, так что при желании добраться до этого острова можно пешком.

История Элафониси очень печальна. В 1824 году этот небольшой островок стал местом массового убийства турками 850 женщин и детей. Женщины и дети спрятались на острове, когда турецкие захватчики разбили лагерь на берегу. Турки обнаружили их и убили. И по сей день, как гласит легенда, розовый цвет песка на пляже напоминает о тех трагических событиях.

Далее путь лежит на юго-запад, к ущелью Самарья. Это самое большое и впечатляющее ущелье на острове Крит. Протяженность Самарьи 18 км, поэтому Самарийское ущелье называют самым длинным европейским каньоном. Прогулка по ущелью занимает около 6 часов. Огромное впечатление производят отвесные скалы ущелья, которые расположены так близко друг к другу, что кажется, будто в верхней своей точке они смыкаются. Самое узкое и живописное место в Самарийском ущелье называется Портес, что в переводе означает «ворота», здесь скалы поднимаются до высоты более 600 м, в то время как ширина ущелья на уровне реки всего 3 м, а на уровне верхнего края — 9 м.

Самарийское ущелье — это величественный памятник природы, которому исполнилось более 1 млн лет. С 1962 года ущелье Самарья объявлено национальным заповедником с уникальной флорой и фауной. Не исключено, что туристы могут встретиться с такими удивительными обитателями заповедника, как козочки кри-кри.

После выхода из ущелья можно отдохнуть и перекусить в деревне Агия Румели и затем отправиться на пароме в Сфакию.

Хора Сфакион — маленькая рыбацкая деревушка, расположившаяся на юге Крита. Население ее — всего 400 человек.

Жители здесь отличаются свободолюбием и независимостью. Сфакийцы четко соблюдают кодекс чести и традиции своих предков. Они не прощают предательства. Поговаривают, что здесь до сих пор актуальна вендетта.

В этом районе очень хорошо развивается туризм, жители деревни открыли здесь отели и таверны, которые отличаются от тех, что находятся в Ираклионе или Ханье. Только здесь можно отведать традиционные критские и сфакийские блюда. Местные греки готовят пироги с начинкой из местного сыра, баранину по-сфакийски и сфакийский салат.

Хора Сфакион — прекрасное место для спокойного отдыха, более близкого знакомства с Южным Критом, его обычаями и достопримечательностями.

Поездка на остров Крит, в область Ханья — это знакомство с истоками европейской цивилизации, погружение в историю, которая насчитывает пять тысячелетий. Это прикосновение к вечности, к божественному и земному.

Греки чтят традиции, культуру и обычаи. Широко известное критское гостеприимство всегда было неотъемлемой чертой характера этих людей, во многом сохранивших патриархальный уклад жизни.

Л. Гритченко,
студентка (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)
О. В. Ивлева,
старший преподаватель (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Клайпеда как объект туризма

Клайпеда — третий по величине город Литвы после столицы Вильнюса и Каунаса. Это единственный морской порт, через который экспортируется, импортируется и проходит транзитом большое количество грузов. Одновременно Клай-

педа — важный туристический объект, и большая часть дохода города приходится на сферу туризма.

Город всегда пользовался популярностью у туристов, значительную часть которых составляют иностранцы. На протяжении многих лет количество желающих посетить Клайпеду не уменьшается.

Чтобы изучить Клайпеду как туристический объект и выяснить причины стабильного туристического потока нужно:

— рассмотреть историю города;

— исследовать его достопримечательности —появившиеся на протяжении истории и совсем новые.

Полученная при этом нами информация помогла выявить факторы, влияющие на поток туристов.

Историческое наследие Клайпеды. Началом основания города стал замок Мемельбург, построенный в 1252 году по договору Ливонского ордена и епископа Курша. Немцы называли замок коротко — Мемель, а название Клайпеда впервые упоминается в 1420 году в переговорном документе Витаутаса и Немецкого ордена. Происхождение названия точно не установлено. Оно может быть связано с болотистым ландшафтом и словосочетанием *klampė pėdas* (лит. — *стаптывал ноги*), а языковед Казимирас Буга (Kazimieras Būga) предполагает, что от литовского слова *kleipas* (*kliepas*), латышского (куршского) *klaips* — *хлеб* [1, s. 13]. Поэтому *klaip-ėda* (лит. — *ест хлеб*) могло означать, что замку платили дань. Но, вероятнее всего, название произошло от куршского слова, означающего ровное, низменное место.

Клайпеду с самого начала населяли местные народы — балты, пруссы. После образования герцогства Пруссия в 1525 году в город приехали немцы, образовывались немецкие и литовские евангелистские церкви. Как раз в церковных школах преподавал отец известного немецкого поэта Симона Даха.

В Клайпеду переселялись люди и других национальностей — голландцы, англичане, шотландцы. Реформация была важной предпосылкой, формировавшей клайпедские многокультурные традиции, которые ярко характеризует разнообразие

конфессий: евангелисты, лютеране, менониты, англиканцы, иудеи.

После чумы 1709—1711 годов Клайпеду настигли новые бедствия. Во время Семилетней войны (1754—1763) Пруссия, сдавшись России, в 1757 году отдала ей Клайпедскую крепость. Во время войны городом управляли комендантты, одним из них был известный полководец Александр Суворов [2]. В 1712 г., возвращаясь из Берлина, в Клайпеде останавливался Петр I. Семилетняя война ускорила экономическое развитие Клайпеды, здесь развивалась торговля древесиной и судами (военными галерами). Последствиями этого стало уничтожение близлежащих лесов.

Из-за плохой связи с другими регионами и по причине того, что город находился на самой границе, Клайпеду часто называли задворками Пруссии. Но в XVIII веке Клайпеда, принадлежащая Прусскому королевству с 1701 года, получает титул королевского города и с 1807 года становится резиденцией короля Фридриха Вильгельма III и королевы Луизы, так как другая часть Пруссии была оккупирована Наполеоном [3].

В 1919 году, сразу после Первой мировой войны Клайпедский край был отделен от Германии и временно передан странам-победительницам — Англии, США и Франции. Территориальные претензии Литвы на Клайпедский край не были удовлетворены, потому что в этом были заинтересованы Германия и Польша. К тому же Литва не была признана де-юре самостоятельным государством. В начале 1920 года в Клайпеду и Шилуте приехали несколько сотен французских воинов под предводительством генерала Доминика'о Одри (Dominique'o Odry). Началось трехлетнее правление французов.

После Второй мировой войны в городе почти не осталось ни зданий, ни жителей. Но нужно было восстанавливать порт, поэтому со всего Советского Союза люди ехали в Клайпеду на восстановление города. В 1946 году в Клайпеде проживали уже 30 тыс. человек. Сюда начали приезжать жители из близлежащих регионов. В городе увеличилось количество литовцев. Население к 1959 году составляло 89,9 тыс. человек, к 1989-му — 204,2 тыс. [2].

После распада Советского Союза в 1991 году Клайпеда и Клайпедский район остались в составе теперь уже суверенной Литовской Республики.

Достопримечательности города. В Клайпеде по обе стороны реки Дане сформировался центр города. После ковровых бомбардировок во время Второй мировой войны многие здания восстановлены очень точно, что дает возможность представить, каким город был несколько веков назад. На левом берегу реки находится Центральная площадь у драматического театра с известным памятником Симону Даху и скульптурой «Анхен из Тарау». Узкие улочки с названиями ремесленных профессий, которые были развиты здесь в Средневековье, пересекаются под прямым углом, а кое-где можно найти дома в стиле фахверк — это сразу говорит о том, что здесь когда-то жили немцы. В Клайпеде найдены остатки древнего замка, которые можно осмотреть; есть интересные музеи.

В городе, помимо исторических памятников, стала развиваться малая архитектура, которая придает ему новый вид и привлекает туристов. Небольшие скульптурки «мышки», «кошки», «трубочиста» и другие делают Клайпеду необычной.

Уникальный объект — Куршская коса, где находятся самые известные достопримечательности окрестностей Клайпеды, которые привлекают больше всего туристов, — это дельфинарий и Морской музей.

Выводы. Одни из главных факторов привлечения туристов в Клайпеду — история и достопримечательности города.

История Клайпеды очень интересна, так как регион на протяжении многих лет принадлежал разным государствам и на этой территории всегда проживали люди разных национальностей.

Другие важные факторы — наличие уникальных достопримечательностей (дельфинарий, Морской музей), песчаных пляжей на побережье Балтийского моря и мягкого климата. Важную роль играет также имеющаяся здесь развитая транспортная инфраструктура (аэропорт, автомагистрали, железная дорога).

Все вышеперечисленные факторы объясняют интерес туристов к Клайпеде.

Список литературы

1. *Strakauskaitė N.* Klaipėda, Kuršių Nerija, Karalaiučius. R., 2005.
2. *Klaipeda*. Istorija populiariai: [Septyniu autoriu straipsniu rinkinys apie Klaipedos istorija] / red. Arturas Sulcas. Klaipeda, 2002.
3. *Поцит С.* Клайпеда как временная столица прусского королева и начало великих реформ (1807 — январь 1808)

А.Л. Варенов,
аспирант (Нижегородский государственный педагогический университет)
Д. А. Сыроегина,
аспирантка (Нижегородский государственный педагогический университет)

Возможности Городецкого района в связи с созданием туристского маршрута

Городецкий район — один из крупнейших районов Нижегородской области, расположенный в северо-западной ее части, на левом берегу реки Волги.

Центр района — Городец, один из самых старых городов Нижегородской области.

Городецкий район расположен в Волго-Вятской низине со средней высотой над уровнем моря 120 м. Рельеф территории представляет собой пологохолмистую равнину, на которой встречаются останки моренных холмов, разбросанные по водно-ледниковой низине. Равнина сложена в основном водно-ледниковыми опесчаненными суглинками и супесями. Небольшие перепады местных высот и залесенность равнины обусловливают слабую расчлененность ее холмистости, заболоченность поверхности.

По климатическим условиям территория района относится к северо-западному холодному, сильно увлажненному подрайону лесного Заволжья. Характеризуется умеренно-континентальным климатом со сравнительно холодной зимой и теп-

лым летом. Господствуют юго-западные ветры. Средняя температура самого холодного месяца (января) –12 °С, а самого теплого (июля) +19 °С. Средняя продолжительность безморозного периода — 146 дней. Количество годовых осадков колеблется между 450 и 550 мм. Выпавшие осадки не создают избыточного или недостаточного увлажнения. Снеготаяние начинается в начале третьей декады марта и заканчивается в конце апреля. В целом климат благоприятный.

Гидрология района представлена реками, болотами, озерами, родниками. Здесь протекает крупнейшая водная артерия страны — река Волга с притоками Яхра, Шмиль и др. На ней создано Горьковское водохранилище, площадь которого 1570 км^2, а глубина достигает 15—22 м. На территории района также протекает одна из самых красивых рек левобережья — Узола с притоками; она — левый приток Волги, имеет двухстороннюю пойму, поверхность которой ровная, покрыта лугами, кустарником, лесом, в верхнем течении заболочена. Длина р. Узолы 147 км.

В районе всего 37 озер и водохранилищ. Из крупных можно назвать озера Ширшово, Охро, Свято, Долгое и Спасское, которое является памятником природы. Озера ценны как рыбохозяйственные, охотничьи и промысловые угодья, как резервуары чистой пресной воды. Известна их огромная эстетическая и рекреационная роль. Эстетическое воздействие живописных ландшафтов и разнообразие видов отдыха делают водоемы «природной лечебницей».

На территории Городецкого района есть и болота. В некоторых местах торфяные массы болот признаны лечебными и применяются для грязевых процедур в местных санаториях. Почвы Городецкого района дерново-подзолистые и подзолистые. Территория района находится в зоне таежных лесов.

Растительный покров определен лесными и луговыми сообществами. Господствующей породой является ель. На супесях частично примешивается сосна, образующая еловососновые смешанные леса или чистые боры. Наиболее широко распространен в районе ельник-черничник, его часто можно

увидеть в лесах Волжского лесничества Городецкого лесхоза. Вблизи речек Морозиха и Яхра встречается ельник зеленомошный. По долинам рек встречаются северные виды, такие как фиалка. Район богат и дубравными видами: перелеска благородная и ветреница дубравная. В основном распространены луга материковые — суходольные и низинные, расположенные на водоразделах рек и склонах речных долин, и заливные луга, находящиеся в поймах рек. Болота преимущественно смешанного типа. Растительность болот скудная и в основном представлена такими видами, как водяные лютики, болотник обоеполый, водяной орех, кубышка желтая, пушица многоколосковая. Кроме водных растений произрастают камыш, тростник обыкновенный, лютик и др.

Животный мир района разнообразен и характерен для левобережной части области. В районе насчитывается 16 видов птиц, которые гнездятся, и 5 залетных видов. Представители лесных птиц — дятел большой, пестрый, поползень, зарянка и др. Обитают чайка обыкновенная, утки, гуси, береговые ласточки. На открытых пространствах встречаются жаворонок полевой, садовая овсянка, чибис. Из млекопитающих встречаются белки, речной бобер, бурый медведь, лоси, кабаны, лисы и др. Здесь также обитают пресмыкающиеся и земноводные; много различных насекомых. В пределах района распространены речные виды рыб.

Широко известно, что на территории Городецкого района расположена самая крупная рекреационная зона Нижегородской области — левобережье Горьковского моря, а сам район является объектом, имеющим большую историческую и культурную ценность. К тому же район обладает хорошей транспортной доступностью. Все это привлекает огромное число туристов, которые могут познакомиться не только с многочисленными памятниками природы (озера, лесные массивы и др.), но и с памятниками архитектуры (церкви и т. д.).

Вышеперечисленное стало предпосылками для развития экологического туризма в Городецком районе. Мы разработали туристический маршрут, проходящий в северной его части,

где наиболее удобное для посещения скопление памятников природы и объектов архитектуры, а также наиболее благоприятный природный ландшафт (наличие лесов и источников воды).

Маршрут предназначен для проведения пешеходных и лыжных походов. Пункт отправления — с. Спасское, а конечный — д. Федурино. Общая протяженность пути составляет 61 км.

Из памятников природы па маршруте располагаются болото Приузолье (недалеко от д. Копосово) — облесенное, верхового типа, где произрастает морошка; Копосовский природный комплекс с сосной-долгожителем и родником; лесной массив в Волжском лесничестве (западнее д. Митрофаново) — участки сосновых боров, верховых и переходных болот, служащие местом обитания редких видов растений и животных.

Церкви, которые можно увидеть на маршруте, располагаются в деревнях Конево, Митрофаново, Соболиха, особый интерес вызывает Никольская церковь в деревне Богомолово, построенная в 1722 году.

В д. Высоково расположен памятник архитектуры — дом П. В. Соколова, построенный в первой половине XIX века. У д. Белоглазово находится уникальный источник «Никола-ключ»; родниковые воды здесь стекают крестообразно.

Разработанный календарный план похода представлен в таблице:

Дата	Участок маршрута	Расстояние, км	Место ночевки
	с. Спасское — 2-й км до д. Ульянково	10	У дороги Тузеево — Ульянково
	2-й км до д. Ульянково — д. Хахалино	12	Около д. Хахалино
	д. Хахалино — д. Руя	13	Около д. Руя
	д. Руя — д. Петухово	13	Около д. Петухово
	д. Петухово — д. Собалиха	11	
	д. Соболиха — д. Федурино	3	Около д. Собалиха
Итого		61	

Подводя итоги, можно отметить, что в Городецком районе есть предпосылки для развития экологического туризма.

Н. М. Аронович,
студентка (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)
Я. Д. Лычак,
доцент (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Факторы развития событийного туризма в Калининградской области

Калининградская область — перспективный и динамично развивающийся регион Российской Федерации. Развитие туристской сферы выступает сегодня важным элементом экономической составляющей региона. Он становится все более популярным как для российских, так и для зарубежных туристов.

Калининградская область имеет выгодное экономико-географическое положение, благоприятные природно-климатические условия, богатую историю. Наряду с этими важными для развития туризма факторами регион отличается интересной и насыщенной мероприятиями культурной жизнью. Поэтому не последнее место в его структуре занимает туризм.

В Калининграде и области проводится огромное количество различных фестивалей и праздников. Некоторые проходят разово, другие — ежегодно.

Географические особенности Калининградской области предполагают особый, международный характер культурных акций. Музыка разных стилей — мировые шедевры и музыкальные премьеры — звучит в лучших концертных залах области. Международные кино- и музыкальные фестивали с каждым годом привлекают все больше участников и зрителей. Литературные фестивали и конференции собирают известных писателей и литераторов не только со всех уголков России, но и из многих стран Европы.

Также в Калининградской области проводятся ежегодный фестиваль театрального искусства «Балтийские сезоны» и ки-

ноискусства «Балтийские дебюты». Популярны фестивали «Кино стран Евросоюза» и музыкальный «Дон Ченто джаз».

Ежегодно тысячи человек участвуют в праздновании Дня города Калининграда, открытии курортного сезона в городах Светлогорск и Зеленоградск (первое воскресенье июня), Дня рыбака, Дня Военно-морского флота (город Балтийск); посещают международный турнир по конкуру на кубок конного завода «Георгенбург» в городе Черняховске и международную парусную регату «Балтика — море дружбы». Особенно запоминающимся событием становится и яркий праздник — конкурс «Мисс Калининград», на котором можно увидеть самых красивых девушек российской Балтики. Наиболее интересные события, проходящие в Калининградской области, представлены в таблице:

Наиболее значимые события культурной жизни Калининградской области

Событие	Время проведения
1. Международный фестиваль для детей и юношества «Музыкальная весна»	Март
2. Межмузейный проект «Музейная ночь в Калининграде»	Май
3. Кинофестиваль российского кино «Балтийские дебюты»	Июнь
4. Международный фестиваль искусств «Балтийские сезоны»	Июль-август
5. Фестиваль бардовской песни «Балтийская ухана»	Июль
6. Международная парусная регата «Балтика — море дружбы»	Июль
7. Международный музыкальный фестиваль «Дон Ченто джаз»	Август
8. Фестиваль «Кино стран Евросоюза»	Третья декада октября
9. Конкурс красоты «Мисс Калининград»	Декабрь

Чем интересен событийный туризм? Ответ на данный вопрос достаточно прост: это замечательная возможность не только отдохнуть и осмотреть достопримечательности, но и поучаствовать в разнообразных мероприятиях города и области. Основные плюсы событийного туризма — его всесезонность и высокая доходность. Минусом является относительно высокая, по сравнению с другими видами, стоимость туров.

К положительным факторам развития событийного туризма на территории Калининградской области относятся:

— местоположение региона позволяет привлекать к событиям международных участников и зрителей;

— уникальная история, богатая событиями, дает возможность проведения их реконструкций;

— разнообразные фестивали создают положительный образ области, рекламируют ее;

— проведение уникальных мероприятий, не имеющих аналогов в России.

К сожалению, несмотря на то, что регион предлагает для туристов огромное число фестивалей на любой вкус, они пользуются популярностью скорее только у местного населения. Туристическими агентствами практически не разрабатываются событийные туры в Калининградскую область. Как правило, иностранные туристы либо туристы из других городов России, если и посещают мероприятия, то только самостоятельно организовав свою поездку в Калининград. Недостаточно хорошо развита и реклама областных фестивалей на международном и российском рынках.

Радует тот факт, что каждый год в Калининградской области, наряду с уже ставшими традиционными, организуются все новые и новые фестивали. Возможно, в скором будущем событийный туризм выйдет в регионе на одну из лидирующих позиций и позволит привлечь внимание туристов не только к истории и курортным зонам края, но и к его насыщенной культурной жизни.

В. С. Рыкова,
студентка (Индустриально-педагогический колледж,
Черняховск, Калининградская область)

Региональные проблемы и перспективы развития туризма и гостеприимства в Черняховском районе

Туристско-рекреационный потенциал Черняховского района

Муниципальный Черняховский район (далее — МР) находится в центре Калининградской области; расстояние до Калининграда — 86 км.

Черняховский район обладает достаточными рекреационными ресурсами. Рельеф здесь низменный, основные его особенности — разнообразие форм, созданных последним оледенением, и небольшие абсолютные и относительные высоты. В рельефе МР преобладает низменная равнина, большая часть которой лежит на высоте до 50 м.

Водные объекты выполняют две рекреационные функции: они являются местами купания и повышают ионизацию воздуха. Густота речной сети в Черняховском районе выше, чем в среднем в области, за счет многочисленных осушительных каналов, связывающих реки Инструч и Анграпу.

В районе находятся большие массивы смешанных лесов. Преобладает здесь ель, имеются и широколиственные породы: дуб, липа, бук, ясень, вяз, ильм, граб, клен остролистный. Мелколиственных древесных пород (березы и осины) здесь немного.

Культурно-исторический потенциал Черняховского района достаточно высок. Город был основан в 1335—1341 годах к югу от слияния рек Инструч и Анграпа как крупный форпост Тевтонского ордена в его набегах на литовскую территорию. В Черняховске хорошо сохранилась застройка второй половины XIX — начала XX века, культовые сооружения (сохранились четыре из пяти церквей), парковая территория с прудами. В

настоящее время 83 исторических памятника передано на государственный учет. Особую гордость и лицо Черняховского муниципального района составляют:

— приходская лютеранская церковь, памятник архитектуры XIX века архитектора Адлера, в настоящее время восстановленная и используемая как приходская православная Свято-Михайловская церковь;

— приходская католическая церковь, памятник архитектуры XX века архитектора Хайтмана, выполненная в стиле новая готика, в настоящее время восстановлена и используется по своему назначению;

— орденский замок Инстербург, памятник истории и архитектуры XIV века, выполненный в стиле готика, частично разрушен. Замок Инстербург (1336) пострадал в годы Второй мировой войны, однако в 1998 году начата расчистка руин и благоустройство территории. Сейчас в здании замка расположен культурный центр, включающий в себя музей, любительский театр и клуб исторических реконструкций;

— особняк по ул. Пионерской, памятник истории и архитектуры XX века, выполненный в стиле модерн, в настоящее время — Детская художественная школа;

— здание банка, расположенное по ул. Пионерской, памятник архитектуры XX века, выполненный в стиле модерн, используется как Детская музыкальная школа;

— здание по ул. Пионерская, 9, памятник архитектуры XIX века, выполненный в стиле эклектика, используется как аптека;

— особняк по ул. Дачной, построенный в XIX веке в стиле эклектика, в настоящее время — детский сад;

— водонапорная башня по ул. Спортивной, памятник истории и архитектуры, построенный в 1899 году, используется телерадиокомпанией «Восток-Запад»;

— памятник Барклаю-де-Толли 1821 года в пос. Нагорное;

— памятник Барклаю-де-Толли в г. Черняховске архитектора Суровцева;

— обелиск в честь победы русских войск в битве при Гросс-Егерсдорфе (1757), расположенный в поселке Междуречье;

— музей-заповедник «Городище Камсвикус» в пос. Тимофеевка, одно из самых интересных археологических объектов восточной части Калининградской области, относящееся к I тыс. н.э.;

— епископский замок Георгенбург — памятник истории и культуры XIV века, один из самых сохранившихся епископских замков на территории Калининградской области, дающий представление об архитектуре оборонительных сооружений XIII-XIV веков, выполнен в стиле готика, в настоящее время используется под жилье. Этот замок известен тем, что на его территории находился конезавод, где была выведена всемирно известная тракененская порода скаковых лошадей.

В настоящее время конный завод «Георгенбург» — ведущий репродуктор лошадей ганноверской, голштинской и тракененской пород. Лошади этих пород пользуются возрастающим спросом как у спортсменов, так и у любителей конного спорта. По достижениям на спортивных аренах ганновераны, голштинцы и тракены занимают лидирующее положение и успешно конкурируют с другими специализированными спортивными породами. Сегодня общее поголовье лошадей достигает 300 голов.

В окрестностях Черняховска, в районе пос. Красная Горка, находится смотровая башня, так называемая башня Бисмарка, одна из трех построенных в начале XX века и названных в память о канцлере Германии (две другие находились на вершинах холмов под Кёнигсбергом и в пос. Гарино, на берегу р. Неман). Высота башни — 33 м, внешне она напоминает часть замка. Богатые прусские землевладельцы демонстрировали со смотровой площадки башни обширные пространства своих поместий.

Среди действующих туристско-экскурсионных маршрутов культурно-познавательного содержания можно назвать «Инстербург — Черняховск. Из прошлого в настоящее» и «Один

день средневекового замка», с посещением конезавода в пос. Маевка, замка Инстребург.

Таким образом, к туристско-рекреационным ресурсам Черняховского района относятся следующие.

1. База для развития конноспортивного туризма. Проведение рыцарских турниров.
2. Исторические и архитектурные памятники. Уникальные природные ландшафты для организации туристических конных маршрутов.
3. Благоприятная экологическая ситуация, многочисленные озера, охотничьи угодья, лесные массивы для развития экотуризма.
4. Статус исторического города России.
5. Развитая сеть водных ресурсов, соединенных общей системой от Мазурских озер в Польше до Калининградского залива.
6. Специализированные частные базы отдыха.

Черняховск — центр «Исторического кольца» и вместе с городами Советск, Неман, Краснознаменск, Нестеров, Гусев, Озерск, Железнодорожный, сельскими усадьбами и музеями муниципальных районов востока области воплощает в жизнь международный туристический проект «Историческое кольцо». Здесь активно действует информационно-туристический центр по всем направлениям въездного туризма для востока области «Уник-тур».

Черняховск стал также информационным центром для юго-востока области по сельскому и экологическому туризму. В течение ряда лет здесь для молодежи региона и приграничных государств проходят летние эколого-краеведческие лагеря «Биотон». Они организуются администрацией района и региональным экологическим движением «Человек. Природа. Гармония».

В Черняховске регулярно проводятся областные эколого-краеведческие молодежные конференции, затрагивающие вопросы экологического состояния Калининградской области.

Ежегодно с 20 по 30 апреля в Черняховске проводится «Декада Земли» по специальной программе, охватывающей интересы всех слоев населения Янтарного края.

В Черняховском муниципальном районе действует клуб международного сотрудничества и школьного туризма «Содружество», в состав которого входят общественные объединения и клубы школьников со всего юго-востока Калининградского региона.

На территории замка Инстербург с 2002 года регулярно проводятся открытые рыцарские турниры различного статуса, в которых принимают участие исторические клубы из Москвы, Минска, Советска, Калининграда, Балтийска, Черняховска. В настоящее время подобного рода мероприятия привлекают значительное число туристов и широко распространены в Польше, Германии, Франции, Испании. В последнее время они приобретают популярность и в России. Черняховск имеет все шансы стать центром Балтийского региона по проведению рыцарских турниров.

Гостиничное хозяйство МР представлено тремя гостиницами и тремя гостевыми домами.

1) гостиница «Кочар» — единственный отель в городе уровня 4 звезды, расположен в центре города. К услугам гостей: ресторан, бизнес-центр, фитнес-центр, автостоянка, салон красоты, бар, банкетный зал, сауна, солярий; 50 номеров: 7 одноместных, 25 двухместных, 14 студий, 4 — апартаменты-люкс;

2) гостиница «У медведя» — отель эконом-класса, 20 номеров: 6 одноместных, 14 двухместных. Услуги: парковка, Интернет, кафе, зал для конференций, экскурсионное бюро;

3) гостиница «Георгенбург» — находится при одноименном конном заводе (18 номеров);

4) гостевой дом «Бриз Балтики», 5 номеров: 1 одноместный, 4 двухместных;

5) гостевой дом «Кронверк», 6 номеров: 2 одноместных, 4 двухместных;

6) гостевой дом «Пивной двор», 7 номеров: 6 двухместных, 1 — люкс.

Проблемы развития туризма в Черняховском районе

Несмотря на вышесказанное, в развитии туризма в Черняховском районе есть определенные проблемы, обусловленные тем, что богатый рекреационный потенциал МР освоен слабо.

В целом, касаясь основных проблем рекреационного развития, следует отметить следующее.

1. Отсутствие развитой инфраструктуры туризма.
2. Недостаток квалифицированных кадров в сфере туризма и сервиса.
3. Неудовлетворительное состояние многих исторических памятников, внутригородских дорог и тротуаров.
4. Загрязненность водных ресурсов.
5. Недостаток оборудованных баз отдыха.

Многие памятники истории и архитектуры Восточной Пруссии в наше время либо утрачены совсем, либо находятся в полуразрушенном состоянии, а часть из них использовалась совсем не по назначению — под склады или производственные помещения. Правда, в последнее время, после распада СССР и резкого изменения политической ситуации в стране началось движение за восстановление исторического наследия и культурных ценностей, которые в советское время были незаслуженно забыты. Ряд культовых сооружений региона передан в ведение церкви, и некоторые из них уже восстановлены и стали действующими храмами, а другие восстанавливаются

Основные перспективы развития рекреации и туризма в Черняховском районе

При поддержке института «Открытое общество» (Фонд Сороса) разработана «Стратегия социально-экономического развития муниципального образования “Черняховский муниципальный район” на период до 2020 года», в которой одним из приоритетных направлений признается развитие туризма.

1. Развитие исторического статуса Черняховского муниципального района как восточноевропейского центра коневодства.

2. Включение района в систему региональных, федеральных и международных туристических маршрутов.

3. Организация специализированных туристических маршрутов: сплавных, конных, с охотой и рыбалкой, спортивных, экологических и др.

4. Открытие гостевых домов, кемпингов, туристических лагерей, интегрированных в цепочки туристических объектов и рассчитанных на кратковременное пребывание: 1—3 дня в каждой из точек. Развитие экотуризма.

На территории района в качестве приоритетных рассматриваются следующие виды туризма:

1) экскурсионно-познавательный туризм, развитию которого способствует большое количество архитектурных и исторических памятников;

2) ностальгический туризм, популярный у немецких граждан, желающих посетить свою историческую родину — бывшую Восточную Пруссию;

3) событийный туризм — многие туристы посещают международный турнир по конкуру на кубок конного завода «Георгиенбург» в г. Черняховске.

Совместно с некоммерческим фондом «Созидание» (г. Озерск) администрации Озерского, Черняховского и Гусевского районов в целях развития приграничного туризма приступили к реализации первого этапа проекта разработки байдарочного маршрута по реке Анграпа от Великих Мазурских озер с посещением замков Инстербург, Георгенбург, древнего прусского городища «Комсвикус».

Направления деятельности

Перечисленные выше конкурентные преимущества МР позволяют включить Черняховск в систему региональных туристических маршрутов, развивать район как один из туристических центров области, ориентированный на российский и зарубежный туризм.

Для усиления и развития данных конкурентных преимуществ планируется осуществить следующие мероприятия.

- Реконструкция с учетом необходимости максимального сохранения исторически сложившейся центральной части города. Формирование общественного центра города в районе паркового пруда и живописного берега реки Анграпы. Формирование системы зеленых насаждений, куда войдут озелененные берега Анграпы. Возрождение замка Инстербург, строительство гостиниц, мест организации досуга и отдыха для туристов. Преобразование центральной части в город-музей.
- Полный учет всех культурных ценностей, оценка их состояния, разработка комплекса мер для предотвращения их повреждения и утраты, включая экономические, правовые и организационные меры, стимулирующие обеспечивать сохранность и надлежащее содержание объектов культуры.
- Решение вопроса по рациональному использованию территорий, принадлежащих Министерству обороны, с которых выведены воинские части, в первую очередь в центральной части города.
- Решение вопроса по восстановлению бывшего здания Дома пионеров по ул. Ленина разрушающегося исторического памятника, который становится опасным для жизни людей объектом в центре города.
- Сохранение природного ландшафта муниципального района. Восстановление бассейна в районе городского стадиона.
- Благоустройство парков и скверов.
- Расчистка прудов, водоемов, русел рек, обеспечение их проточности — воссоздание единой водной системы Черняховского района.
- Решение вопроса о реабилитации химически загрязненных территорий (военные химические склады), о восстановлении исторического объекта — ипподрома (или строительство нового ипподрома).
- Воссоздание системы зеленых насаждений города с целью превращения его в город-парк.

• Реконструкция значимых для города градостроительных узлов, таких как площадь Ленина, Театральная площадь, площадь Черняховского, территория в районе замков Инстербург и Георгенбург.

• Интеграция в европейский историко-культурный процесс и информационное пространство позволит развивать исторический, культурный и духовный потенциал территории на основе использования всего накопленного историко-культурного наследия, в том числе для формирования позитивного имиджа Черняховского района, Калининградской области и России в целом.

• Совершенствование транспортной инфраструктуры города, обеспечение вывода грузового транзитного транспорта из центра города путем строительства объездной автомагистрали.

Е. В. Гамм,
студентка (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)
О. В. Ивлева,
старший преподаватель (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Перспективы развития туризма в Калининградской области на примере имения Грюнхофф

Калининградская область — важнейший историко-культурный ресурс, заключающий в себе огромный туристский потенциал. Имение (усадьба) Грюнхофф находится недалеко от трассы Калининград — Зеленоградск. Чтобы попасть туда, необходимо доехать до пос. Коврово, где повернуть налево, в сторону Романово, и через 4 км вы окажетесь в Рощино-Грюнхофф.

Это то самое место, про которое говорят, что здесь время остановилось. Некогда усадьба была настоящей столицей ок-

рестных земель. Здесь проходили балы, в большом аккуратном парке выясняли отношения влюбленные, а в ручейке перед домом резвилась форель.

Здание построено в XVII веке как охотничий домик великого курфюрста. Некогда вместо усадьбы здесь расстилались священные поля, на которых пруссы позволяли пастись лишь коням белой масти, посвященным богу Перкуно.

Пришедшие на эту землю крестоносцы превратили запретные для смертных луга в пастбища для своих боевых коней. И на месте священных полей в 1322 году был сооружен «рыцарский двор», где подневольные пруссы были вынуждены ухаживать за конями своих врагов [1, с. 161].

Тевтонский орден, однако, недолго был определяющей силой: поражение при Таненнберге от польско-литовских войск (1410) стало началом падения его могущества, а также свидетельствовало о начале заката идей рыцарства как основы средневекового порядка [2].

Спустя 115 лет после битвы при Таненнберге Альбрехт фон Бранденбург-Гогенцоллерн, последний магистр, перешел в протестантскую веру, секуляризировал орденское государство и был принят польским королем как «герцог Пруссии» в ленную зависимость. С тех пор до 1818 года в Восточной Пруссии правили Гогенцоллерны.

Первое упоминание о Грюнхоффе совпадают по времени с падением Тевтонского ордена. В ходе реформы государственного управления, после окончания господства ордена в Грюнхоффе временно находилась так называемая «управленческая палата».

Равнинная территория на берегу была идеальным местом для разведения лошадей и использовалась для этих целей до XIX века, когда созданный здесь конный завод был переведен королем Фридрихом Вильгельмом I в Тракенен.

Решением короля Фридриха Вильгельма III известный немецкий военачальник граф Фридрих Вильгельм фон Бюлов был награжден за участие в освободительной войне имением Грюнхофф, которым владели несколько поколений этой се-

мьи. Дарственная грамота датирована 1 июня 1815 года — еще до решающего сражения под Ватерлоо, в которой Бюлов, командующий корпусом, принимал участие [2]. Семейство фон Бюлов владело имением вплоть до окончания Второй мировой войны.

На сегодняшний день имение Грюнхофф даже не включено в экскурсионные программы по нашей области, предлагаемые туроператорами, принимающими гостей из «большой» России. Сейчас Грюнхофф в плачевном состоянии: двери выбиты, оконные рамы сняты, потолок обвалился. Но прогуляться по «Зеленому двору» все равно интересно.

Огромные перспективы для развития туристической сферы нашего края представляет возрождение готических замков, усадеб, хуторов их популяризация и широкое использование для повышения привлекательности региона. Грамотное использование подобных культурных объектов в сочетании с природными ресурсами нашего края может стать основой для успешного развития туризма в Калининградской области.

В случае с имением Грюнхофф открываются неограниченные возможности по обустройству большого и интересного культурного комплекса. Для этого имеются все предпосылки: достаточно хорошо сохранившееся здание самого имения, в котором можно разместить гостиничные номера и ресторан. Номера для гостей можно стилизовать под эпоху бывших хозяев, ресторан — под времена Тевтонского ордена.

На территории Грюнхоффа стоят добротные, также хорошо сохранившееся конюшни и имеется большая лесопарковая зона для конных выездов, что, несомненно, привлечет туристов.

Явное преимущество у имения — близость к морю, которое так привлекает туристов разных поколений.

По примеру наших европейских соседей в лесопарковой зоне можно устроить интересный экологический, пользующийся большим спросом аттракцион «Клеттерпарк». Для этого не требуется больших финансовых вложений.

Почистив ручей, пруд, территорию и разбив интересные клумбы, можно сделать место для неспешных пеших прогулок гостей.

Проект ресторанно-гостиничного комплекса в имении Грюнхофф можно позиционировать конкурентоспособным как для территории Калининградской области и России, так и для ближнего зарубежья.

Список литературы

1. *Кулаков В.И.* Дорогами Ульмиригии: исторический путеводитель. Калининград, 2000.

2. *Wilhelm F.* Grav Buelow. Gruenhoff // Личный архив Вильгельма Ф., 1991.

М. О. Петушкова,
студентка (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)
И. И. Драгилева,
доцент (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Прусская кухня как объект событийного туризма в Калининградской области

Событийный туризм — направление сравнительно молодое и чрезвычайно интересное; основная цель поездки здесь приурочена к какому-либо событию. Уникальные туры, сочетающие в себе традиционный отдых и участие в самых зрелищных мероприятиях планеты, постепенно завоевывают все большую популярность. В настоящее время для многих стран событийный туризм становится основным направлением, привлекающим туристов (например, Бразилия, островные государства) [6].

В последнее время такой вид туризма и в Калининградской области играет все более важную роль, все больше калинин-

градцев и гостей области посещают такие мероприятия, как Ночь музеев, День селедки, реконструкции военных событий, рыцарские турниры. Некоторые мероприятия, проводимые в Калининграде и области, становятся международными (например, фестиваль «Кауп» или чемпионат по пляжному волейболу в Янтарном). Одно из развивающихся направлений в регионе — событийно-познавательный туризм, главная цель которого — приобщение к своеобразной местной культуре и знакомство с традиционными праздниками и кулинарией Пруссии. Основой этого могут стать такие прусские праздники, как Праздники самой длинной колбасы, самого длинного батона или Праздник пива. Мероприятия могут стать как основой для самостоятельного вида туризма, так и интересной составляющей для любого тура.

В настоящее время интерес к мероприятиям событийного туризма в области невысок. Основные центры привлечения туристов — курортные города на побережье Балтийского моря, поэтому тема развития событийного туризма актуальна, так как представляет альтернативу пляжному отдыху. И это позволит привлечь дополнительных туристов в регион, что особенно важно в «мертвый сезон».

Праздники Восточной Пруссии

Каждая страна имеет свои праздники, не похожие на другие. Они отражают особенности той или иной культуры, показывают ее неповторимость. Кёнигсберг еще с XIV века вошел в Ганзейский торговый союз северных городов. Торговля всегда играла здесь важную роль. На площадях города проводились ежегодные ярмарки, которые становились не только местом продажи товаров, но и местом встреч и развлечений горожан. Такие мероприятия проходили очень весело и оживленно.

Праздник ярмарочного быка

Во время проведения ярмарки мясники водили по городу огромного быка. Он был украшен пестрыми лентами и многочисленными венками. Рядом шли канатоходцы, фокусники, шуты и ряженые в масках. Затем, по определенным правилам, горожане играли в кости и выигрывали разные части быка. По окончании ярмарки быка убивали и раздавали выигранные призы.

Праздники длинной колбасы и длинного батона

Традиция изготовления гигантской колбасы началась еще в XVII веке: 1 января 1601 года в Кёнигсберге состоялся самый грандиозный Праздник длинной колбасы (Lange Wurst). Длина ее составляла 1005 локтей (более 400 м), на ее изготовление потратили 81 свиной окорок и 18 фунтов перца. Изготовлением колбасы занимались 3 мастера и 87 подмастерьев [1].

Ранним утром 103 подмастерья в праздничных одеждах несли на плечах эту колбасу, рядом шли знаменосцы и музыканты. Процессия двигалась от постоялого двора мясников к замку, где часть колбасы (длиной 130 локтей) передавали в качестве подношения земельному властителю. Далее шествие направлялось к бургомистрам трех городов, составлявших Кёнигсберг, а заканчивалось около двора пекарей в Лебенихте, где мясники и пекари съедали значительные остатки колбасы [2].

Пекари тоже не оставались в долгу — на Крещение пекли огромные батоны и калачи и подносили их к постоялому двору мясников. Батоны были высотой в 5 локтей, испечены из 12 четвериков пшеничной муки и 2 фунтов аниса, украшены коронами, звездами и гербами из пряничного теста [3].

Праздник пива

Праздники пива в Кёнигсберге проводили еще с рыцарских времен. И связывают этот праздник с подвигом простого ремесленника с острова Кнайпхоф, Ганса Сагана.

Когда участились набеги литовцев на Самбию, рыцари издали приказ, чтобы каждый город выделил отряд добровольцев. В эти отряды были набраны ремесленники, которые не умели воевать, и со стороны хорошо обученных рыцарей они подвергались всяческим нападкам и издевательствам. В 1370 году у местечка Рудау (пос. Мельниково) произошла легендарная битва, которая могла закончиться победой литовцев. Кнайпхофский ученик башмачника Ганс Саган, раненый в ногу, смог подхватить падающее знамя Ордена, издал победный крик, чем воодушевил рыцарей, и битва закончилась их победой. Ганс Саган стал настоящим героем, почитаемым всеми кёнигсбергжцами и даже рыцарями. После этого в годовщину победы при Рудау всегда стали приглашать простых горожан (300 человек) на пробу нового замкового пива, так называемую «круговую чарку».

А пробовали пиво так: на деревянную лавку выливали из ковша новое пиво, и человек в кожаных штанах садился на нее, если штаны прилипали к скамейке или он тяжело поднимался с нее; то пиво считалось хорошего качества, а вот если человек вставал со скамьи легко, то пиво было плохим и его выливали свиньям [2].

Рождественские праздники

Больше всего кёнигсбержцы любили Рождество. В Восточной Пруссии существовал особый народный промысел — изготовление рождественских украшений из соломки, так называемых «соломенных корон», «рождественских звезд» и «зимних пирамид». Каждый магазин выставлял огромные вазы с ветками ели, украшенные золотым или серебряным «дождем». На Альтштадтском рынке ежегодно стояла елка, которая достигала третьего этажа. Все витрины магазинов были красиво украшены, а «Текстильхаус» (ныне «Вестер» на Ленинском проспекте), который принадлежал братьям Зибертам, был еще украшен рисунками-сказками, которые очень нравились детям. Ну и, конечно же, ни один праздник не обходился

без кёнигсбергских марципанов, которыми особенно славился магазин Гельхарда. Но марципаны можно было не только заказать в магазине, многие хозяйки готовили их дома [4].

Несмотря на то что Калининградская область находится на территории бывшей Восточной Пруссии, бывшие кулинарные традиции здесь практически не поддерживаются. В меню современных ресторанов редко включаются блюда былой культуры.

Отдельные блюда по кёнигсбергским рецептам встречаются в ресторанах Калининграда, таких как «Россгартен», «Британика» и «Солнечный камень», в кафе «Ветерок» в городе Светлогорске. Одно из популярных у посетителей блюд — кёнигсбергские клопсы, которые были в ежедневном меню жителей Кёнигсберга.

Некоторые блюда кёнигсбержцев подают в кафе «Гаштет Россгартен». Здесь, продолжая традиции пруссов XVI века, посетителей привлекают длинной колбасой собственного приготовления, ее размер выбирает сам гость. Конечно, такая колбаса не достигает 400 м, как в Пруссии во время праздника, но даже самую большую компанию можно накормить этим блюдом: в кафе предлагается полуметровая, метровая и полуторараметровая колбаса. Как известно, такое блюдо у пруссов готовилось с большим количеством специй и приправ, которые придавали ему исключительный вкус. В «Россгартене» предлагают три вида такой колбасы: пряная, чесночная, острая — и три соуса к ней: горчица, аджика, барбекю. Подается блюдо на деревянной доске с желобом для колбасы, в качестве гарнира — салат из овощей. Оформляют блюдо овощами на гриле, а к чесночной колбасе приносят чеснок.

В «Россгартене» имеются и штучные колбаски из свинины, курицы, печени, которые пользовались популярностью у кёнигсбержцев. Такие колбаски подаются на порционных сковородках, в на гарнир — тушеная капуста.

В меню заведения есть пельмени «маульташен», которые подаются с грибами и сметаной. Когда-то такое блюдо готовили в домах Восточной Пруссии, а сейчас в Германии.

Кёнигсбергские клопсы

Клопсы популярны во многих странах мира. Их делают в России — шнель-клопс, Израиле — клопс с яйцом, Латвии— клопс луковый, Норвегии — фискеболлар (рыбный клопс). В Норвегии и Швеции — щитбуллер. В Европе особую популярность приобрели клопсы, приготовленные по прусскому рецепту [4]. Полуфабрикаты в жестяных банках под маркой «Кёнигсбергские клопсы» до сих пор повсеместно продаются в Германии. В некоторых ресторанах Калининграда это блюдо значится в меню как фирменное. В таких ресторанах, как «Солнечный камень» и «Британника», можно отведать это блюдо. Но, к сожалению, прусские традиции не всегда соблюдаются при приготовлении клопсов.

Также в «Солнечном камне» можно попробовать свинину по-кёнигсбергски, блюдо «Инстенбургское пиршество».

Кёнигсбергский марципан

Традиционным для прусских праздников был знаменитый кёнигсбергский марципан. Новогодние марципаны символизировали для немцев на Рождество елку, снег и Санта-Клауса вместе взятых. Сейчас кулинарный символ Кёнигсберга по традиционному рецепту изготовляется лишь в Германии [5]. Но в недавнее время в Калининграде инициаторы решили создать Музей марципана, чтобы не только возродить производство старинного деликатеса на родине, но и сделать его объектом музейного значения, брендом города. По замыслу, музей и кустарная художественная мастерская по изготовлению вручную сувениров и авторских композиций из марципановой массы по старинному рецепту составляют единый комплекс. При нем будет и клуб любителей марципанов, и школа марципановых мастеров; планируется также ежегодно проводить международный фестиваль марципанов, который привлечет многих любителей сладости в Калининград.

Культура — неотъемлемая часть жизни народа, важно знать и продолжать культурные традиции предков. Калинин-

градская область по воле истории оказалась на территории бывшей Восточной Пруссии, культура которой была практически полностью утеряна, почти исчезла. И очень важно, что появляются попытки возрождения культурных традиций на этой территории.

Список литературы

1. *Сечко Л. В.* Край, в котором мы живем: Очерки истории Калининградской области. Калининград, 2008.

2. *Якшина Д.* Прогулки по Кёнигсбергу. Калининград, 2010.

3. *Кулаков В. И.* Праздник колбасы: от языческого жертвоприношения к корпоративному торжеству. URL: www. simvolika. org (дата обращения: 08.04.2011).

4. *Праздники* Кёнигсберга. URL: www. ost-preussen. babyhost. ru (дата обращения: 09.04.2011).

5. *Тенистые* леса и хрустальные озера. URL: www. koenig. ru (дата обращения: 09.04.2011).

6. *Бабкин А. В.* Специальные виды туризма. Событийный туризм. URL: www. tourlib. net (дата обращения: 10.04.2011).

К. А. Лишук,
студентка (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Земля Шлезвиг-Гольштейн (Германия) как объект туризма

На мировой арене Германия давно зарекомендовала себя как одна из самых стабильных стран и завоевала всеобщее уважение. Ее земли (административные единицы в ФРГ) очень привлекательны для туристов многих стран. Познакомимся подробнее с одной из уникальных из 16 земель Германии — Шлезвиг-Гольштейн.

Земля Шлезвиг-Гольштейн и Калининградская область обе входят в состав Балтийского региона. В то же время города, расположенные на этих территориях, состоят в Союзе Балтий-

ских городов. Сегодня Гамбургская палата, «Ганзейская ладья» и Кильский университет успешно сотрудничают и имеют перспективы дальнейшего развития.

Кроме того, географическое положение Калининградской области создает особые условия для функционирования как экономики региона в целом, так и отдельных его структурных элементов, в частности развитии туристической сферы. Туризм — одно из приоритетных направлений развития региона. Область располагает всеми видами транспорта: морским, речным, железнодорожным, воздушным, автомобильным.

Исследуя землю Шлезвиг-Гольштейн как объекта туризма, мы ставили следующие *задачи.*

1. Дать общую характеристику земли Шлезвиг-Гольштейн.
2. Уточнить современное состояние земли Шлезвиг-Гольштейн как объекта туризма.

Территория земли Шлезвиг-Гольштайн сложилась из двух самостоятельных частей: Шлезвига (к северу от реки Айдер) и Гольштейна (между реками Айдер и Эльба). Их объединение произошло в 1386 году. Длительное время эта область находилась под управлением Дании. В результате австро-прусской войны 1866 года вся ее территория на правах провинции вошла в состав Пруссии. После Первой мировой войны, по итогам проведенного в 1920 году (на основании Версальского мирного договора) плебисцита северная часть Шлезвига перешла от Германии к Дании. А с 1949 года — земля в составе ФРГ [1; 2].

Население земли Шлезвиг-Гольштейн — 2,7 млн жителей — многонационально: немцы, фризы (40 тыс.), датчане (50 тыс.). Здесь, как ни в каком другом регионе Европы, много традиционных языков. В Шлезвиг-Гольштейне говорят на литературном немецком и датском языках, фризском и нижненемецком диалектах. Здесь находятся три университета, четыре технических университета и две высшие художественные школы. Главные города земли Шлезвиг-Гольштейн — Киль и Любек. Киль — столица земли. Эти функции город выполняет с 1947 года. Население города составляет 231,7 тыс. человек.

Географическое местоположение северо-восточной части Германии, и в частности земли Шлезвиг-Гольштейн, уникально. Она расположена в южной части Ютландского полуострова, у границы с Данией. Это единственная федеральная земля, которая одновременно расположена на побережье Северного и Балтийского морей, а следовательно, омывается водами сразу двух морей.

На западе побережье Северного моря представляет собой широкую полосу, ежедневно затапливаемую во время приливов, так называемые ватты (Wattenmeer). Вдоль побережья тянется цепочка островов: Северо-Фризские, Гельголанд, относящиеся к Северному морю, а также остров Фемарн, принадлежащий Балтийскому морю. Всю полосу ваттов вместе с островами занимает территория национального парка Шлезвиг-Хольштайнишес-Ваттенмер.

Побережье Балтийского моря, которое немцы называют Восточным морем, выглядит иначе. Оно изрезано бухтами ледникового происхождения, глубоко вдающимися в сушу. Их местное название — «ферде» [3; 4].

Киль — университетский город, военно-морская база, важный порт и крупнейшая в Германии пассажирская гавань, а еще — место рождения Петра III. Столица расположена у Кильского фьорда Балтийского моря. Этот фьорд входит в глубь суши на 17 км и образует выдающуюся по размерам природную гавань. В центре города протекает 99-километровый канал, соединяющий Северное и Балтийское моря и являющийся самым оживленным искусственным водным путем в мире.

Главная достопримечательность Киля — известный морской фестиваль «Кильская неделя» — крупнейшая регата мира, которая именно здесь проводится каждое лето. Ежегодно на «Кильскую неделю» прибывает около 2 тыс. судов и 3 млн туристов. Традиционное мероприятие «Кильской недели» — музыкальный фестиваль, в котором принимают участие популярные музыканты со всего мира. Одним из кульминационных моментов «Кильской недели» считается традиционный «Парад

старых посудин». Из порта выходят более 100 крупнотоннажных парусников, судов традиционной конструкции и сотни яхт. Ежегодно на «Кильскую неделю» приглашают парусники из России — калининградский «Крузенштерн» и мурманский «Седов» [5].

Любек — второй по значимости город земли Шлезвиг-Гольштейн. Официальное его название «Ганзейский город Любек». Основан в 1158 году. В 1226 году Любек стал вольным имперским городом, а с XIV века в течение нескольких столетий назывался «королем ганзейского союза», будучи самым большим и могущественным членом этой средневековой торговой организации, управлявшей торговлей на побережьях Балтики вплоть до России. А с 1937 года город вошел в состав провинции Шлезвиг-Гольштейн. Население Любека около 214 тыс. человек. Старинный ганзейский город доступен как со стороны Киля, так и Гамбурга, он расположен на Северо-Германской низменности, вблизи от устья судоходной реки Траве, которая впадает в районе Травемюнде в Балтийское море [1; 2].

Любек включен в список ЮНЕСКО благодаря сохранившемуся целостному ансамблю памятников средневековой архитектуры. Облик центральной части города сложился в общих чертах уже в середине XIV века. Несмотря на исторические катаклизмы XX столетия, в земле Шлезвиг-Гольштейн сохранилось большое количество историко-культурных памятников. Одни из самых значительных культовых сооружений Северной Германии XIII—XV века: Шлезвигский собор, ворота Хольстентор (Holstentor), церковь Св. Петра (St. Petrikirche), Рыночная площадь (Markt), Кафедральный собор Любека (Dom), монастырь Св. Анны, кукольный театр и многие другие.

Анализируя современное состояние туризма на территории земли Шлезвиг-Гольштейн, нужно отметить, что туризм в Германии обеспечивает 8 % внутреннего валового продукта страны. Наряду с торговлей это — самый крупный сектор в сфере услуг. Отрасль туризма занимает второе место после автомо-

билестроения. Около 13 млн туристов ежегодно посещают самый северный курорт Германии — Шлезвиг-Гольштейн [6]. Уникальное расположение земли между Северным и Балтийским морями и живописные замки города Любека стали основой туристического интереса в этом регионе. Наиболее активно отдыхают в Германии голландцы, американцы и англичане. Германия становится все более популярным туристским направлением. Основные факторы, которые привлекают туристов в страну, в том числе Шлезвиг-Гольштейн:

1) высокая концентрация исторических и культурных достопримечательностей;

2) упрощенный визовый режим (возможность широкого спектра комплексных туров);

3) высокий уровень сервиса.

Развитию туризма способствует и транспортный комплекс региона земли Шлезвиг-Гольштейн, который состоит из:

— автомобильного транспорта, обеспеченного прекрасной инфраструктурой, в том числе автобанами с четкими указателями;

— авиационного транспорта — большой аэропорт в Гамбурге и небольшой в Любеке принимают ежедневно тысячи пассажиров и туристов;

— паромного пассажирского транспорта в Киле и Любеке.

Создана и динамично развивается инфраструктура международного туризма, отдыха и оздоровления. Прекрасные песчаные пляжи, сеть туристских маршрутов по побережью; скоростные трассы, наличие памятных исторических и географических мест — все это в совокупности, и в первую очередь экология, отличают землю Шлезвиг-Гольштейн от других земель Германии [3—5].

В Шлезвиг-Гольштейн едут любители мягкого морского климата. Пользуется успехом спортивный туризм, а именно водный. Часто здесь проходят лодочные и парусные соревнования, а также состязания по плаванию и гребле, серфингу. Параллельно с соревнованиями для туристов организуются катания на водных лыжах и скутерах, подводное плавание.

Кроме того, Шлезвиг-Гольштейн называют «северная детская страна» — благодаря широкому спектру ориентированных на детей предложений и привлекательных возможностей проведения досуга, и поэтому здесь идеальные условия для семейного отдыха. Тонизирующий климат региона, солнце, песок и морская вода поднимают настроение и укрепляют иммунную систему. Морские ландшафты, природные и национальные парки — все это и привлекает в Шлезвиг-Гольштейн.

Главными курортами Балтийского моря являются: Дамп (Damp), Ховахт (Hohwacht), Тиммендорфер Штранд (Timmendorfer Strandt), а также острова Зильт, Гельголанд (Helgoland) и Северо-Фризские острова (Nordfrisische Inseln).

Популярны и курорты, расположенные в Любекской бухте, прежде всего Тиммендорфер Штранд и Травемюнде. Тиммендорфский пляж считается сегодня самым модным морским курортом на Балтийском море, пользующимся большой популярностью у туристов. У тиммендорфского пляжа есть все: протяженная морская линия, много зелени, условия для спокойного отдыха в течение всего года. Здесь можно найти деликатесы на любой вкус, рестораны высшего класса, скромные бистро, симпатичные пивные, праздники, концерты и представления, атмосфера отдыха и разнообразие развлечений. И много спорта. Тиммендорфский пляж — рай для гольфистов. Здесь все спокойно, традиционно, великолепно организовано и направлено на расслабляющий отдых.

В Шлезвиг-Гольштейне есть и озерный край, называемый Гольштейнской Швейцарией: 140 живописных озер, мореновые холмы, богатство фауны сделали его популярным регионом отдыха с центром на курорте Плен на Большом Пленском озере.

Вышесказанное позволяет сделать вывод, что рекреационные ресурсы земли Шлезвиг Гольштейн богаты и разнообразны. Уникальные особенности географического положения, великолепные природные условия сочетаются с множеством экскурсионных объектов историко-культурного наследия. В связи с этим можно рекомендовать российской сфере туризма развивать организацию туров в Шлезвиг-Гольштейн.

Список литературы

1. *Патрушев, А. И.* Германия в XX веке: учеб. пособие. М., 2004.
2. *История* Германии: учеб. пособие: в 3 т. / под общ. ред. Б. Бонвеча, Ю. В. Голактионова. М., 2008.
3. *Fiedler W.* Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer, 1992.
4. *Geschichte* und nationale Identitaet / hrsg. von der Kulturminister des Landes Schleswig-Holstein. Schleswig-Holstein, 1986.
5. *Schumann N., Schlüsselburg B.* Kiel. Tor zum Norden. 1998.
6. *Карта* курортов Германии. URL: www. europetourism. su/news/224-karta-kurortov-germanii. html

Ю. С. Ефимова,
студентка (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)
Я. Д. Лычак,
доцент (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Русская усадебная культура как перспективное направление развития туризма

О значении культурного наследия в жизни любого общества написано очень много. Среди широкого ряда объектов, составляющих культурный фонд России, особое место занимает усадьба как явление самобытное и многогранное, в котором сфокусировались все социально-экономические и историко-культурные процессы страны.

Еще недавно слово «усадьба» ассоциировалось, главным образом, с ушедшими в прошлое именами, а также с руинами, поскольку никому не было доподлинно известно, что осталось от нашего усадебного наследия и в каком оно состоянии.

В России есть множество известных усадеб, которые пользуются огромной популярностью среди не только российских

туристов, но и иностранных. К числу таких относятся Ясная Поляна, Царицыно, Остафьево, Измайлово, Архангельское и др. В этих усадьбах вершилась история государства Российского, в них жили и работали великие исторические личности — Голицыны, Юсуповы, Строгановы, Романовы, Шереметевы, Екатерина II, а также Л. Н. Толстой, Ф. И. Тютчев и многие другие [1].

В XVII—XIX веках в стране было великое множество различных усадеб, но, пройдя через множество войн, пожаров и других катаклизмов, которые преподносят жизнь и время, не все сохранились и дошли до наших дней в своем первозданном виде. В настоящее время усадьбы брошены на произвол судьбы, многие из них постигла участь безызвестности, разрухи и нищеты. Некоторые и вовсе стерты с лица земли, а некоторые, наиболее перспективные усадьбы, еще можно восстановить и сделать достойными объектами туризма.

С 2004 года в Московской области действует разработанная столичным Комитетом по туризму и утвержденная Правительством Москвы программа «Венок русских усадеб» [2]. Ее цель — сделать сохранившиеся исторические усадебные комплексы престижными объектами для посещения отечественными и зарубежными туристами, привлечь всеобщее внимание к этим памятникам, немалая часть которых по сей день известна в основном профессионалам и знатокам-энтузиастам. Нет сомнения: успешная реализация замысла будет означать, что в судьбе русской усадьбы действительно происходят существенные перемены к лучшему.

Возрождение исторических усадебных комплексов является неиссякаемым ресурсом экономического и культурного развития регионов России. Речь идет, прежде всего, о постепенном включении их в активный экономический оборот. При этом задача сохранения усадеб как памятников истории и культуры остается приоритетной.

В европейских странах сегодня очень популярна практика ретроспективных реконструкций, позволяющих посетителям исторических мест почувствовать себя в атмосфере прошло-

го [3]. Сейчас это одно из самых перспективных направлений в развитии туристического бизнеса, индустрии развлечений, образовательных программ. Статистические данные свидетельствуют о том, что проекты такого плана весьма привлекательны для малого и среднего бизнеса — в области организации торговли, общественного питания, туризма.

В Центральной части России уже имеется хороший пример воплощения подобного проекта — это усадьба Знаменское [4]. Бывшая ранее запущенной усадьбой, но с богатой, интересной историей, сегодня это современный гостинично-туристический комплекс со множеством разнообразных услуг. Заметен интерес иностранных туристов, которые приезжают сюда за русским колоритом. Среди посетителей также много влюбленных, ищущих уединения в сказочной деревенской тиши, и семей, решивших отдохнуть от городской суеты. Этот проект вот уже несколько лет успешно функционирует и приносит хороший доход.

В связи с этим возникла заинтересованность сделать и другие сохранившиеся исторические усадьбы объектами туристской аттракции, привлечь к ним всеобщее внимание.

Например, одна из сохранившихся до наших дней усадьба — Никольское-Урюпино, расположенная в 35 км от Москвы (примерно 30 мин езды) в Красногорском районе [5]. Эти земли в XVII веке принадлежали князьям Одоевским. Позже это имение перешло к крупному екатерининскому вельможе — князю Николаю Алексеевичу Голицыну.

К сожалению, как и многие русские усадьбы, Никольское-Урюпино все это время гибла от человеческого вандализма и равнодушия, но в 2008 году начались реставрационные работы. Восстанавливают главный усадебный дом и «белый домик» рядом, также приводят в порядок всю территорию усадьбы. И после завершения работ исторический комплекс превратится в современную гостиницу.

С целью привлечь внимание к проблемам возрождения русской усадебной культуры мы предлагаем ряд дополнительных мер по повышению туристской привлекательности данного комплекса, придав ему антураж старинной русской усадьбы.

1. В главном доме будут открыты русский ресторан, чайная комната с библиотекой, комната для настольных игр и бильярдный стол.

2. Строится банный дом с русской баней, где можно будет опробовать различные виды массажа, чайный стол и самодельную крепкую настойку.

3. Реставрация конюшни с перспективой проведения скачек.

4. Организация рыболовных туров и прогулок на лодках по реке Липенка.

5. На берегу озера возможна организация пикников с шашлыками и барбекю.

6. Фотосессии в исторических костюмах в интерьерах усадьбы.

7. Прогулки по лесу, сбор грибов и ягод.

8. В зимний период в распоряжении гостей усадьбы — снегоходы и лыжи.

9. В январе на Крещение в центральном озере будут организованы купели.

10. На память о пребывании в усадьбе Никольское-Урюпино всем гостям будет подарено по баночке варенья, сваренного по старинным русским рецептам никольскими поварами, а также по баночке меда, собранного с пасек Красногорского района.

Реставрация усадебных комплексов открывает большие перспективы с точки зрения продвижения туризма и развития русской культуры. Восстановление старых усадебных комплексов необходимо не только России, но и ее жителям. Это наше Отечество, это наши корни, это наша история. Хотелось бы, чтобы о восстановленных усадьбах заботились, ухаживали, сохраняли их. Как говорил владелец Михайловского Сергей Дмитриевич Шереметев, «усадьба может послужить еще многим поколениям», важно при этом, «чтобы она переходила не с рук на руки, а “с души на душу”».

Список литературы

1. *Усачев Д. И.* Мир русской усадьбы. Ростов-н/Д, 1995.
2. *Алфимов А. М.* Русская усадьба: проблемы и перспективы // Сборник Общества изучения русской усадьбы. 1999. №1. С. 246—251.
3. *Ойнас Д. Б.* Усадьба. История и современность // АСД (Архитектура, строительство, дизайн). 2005. №3(49). С. 34—37.
4. *Усадьба* Знаменское-Раек. URL: http://www. znamenskoe-rayok. ru
5. *Старинные* усадьбы на территории Красногорского района. URL: http://www. usadba. ru/history/krasnogorsky

О. О. Минжесова,
студентка (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)
В. А. Саакова,
доцент (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Таджикистан как перспективное направление развития туризма в Центральной Азии

Сегодня сфера туризма развивается стремительными темпами. Для многих стран туризм стал одной из ключевых отраслей, формирующих валовой внутренний продукт, играет значительную роль в создании рабочих мест, обеспечивая занятость населения, а также положительно влияет на многие ключевые отрасли хозяйства. Развивать туризм — это выгодно и престижно.

Международный туризм на протяжении 15 лет является динамично развивающимся коммерческим направлением деятельности в России. Как показывает статистика, россияне с охотой выбирают отдых в странах Ближнего Востока, Западной Европы, набирает популярность отдых в Скандинавских странах и странах Юго-Восточной Азии. Как правило, туропе-

раторы уже хорошо освоились в данных направлениях и предлагают большой выбор услуг, но при этом потребности туристов в новизне ощущений, в приобретении нового опыта растут.

На фоне этого возникает необходимость развития новых туристических направлений. Для российского рынка выездного туризма таким направлением может стать именно Таджикистан.

Генеральный секретарь Всемирной туристической организации ООН (ВТО ООН) Талеб Рифаи по итогам своего официального трехдневного визита в Таджикистан (3—6 мая 2010 года) дал пресс-конференцию для СМИ в Комитете по делам молодежи, спорта и туризма при Правительстве Республики Таджикистан, в котором рассказал об итогах встречи с президентом республики и заявил о создании долгосрочного проекта под патронатом ВТО ООН, направленного на развитие туристических направлений вокруг древнего торгового маршрута — «Шелковый путь». Стоит также отметить следующие: 27 ноября 2008 года на XVII сессии ВТО ООН, состоявшейся в колумбийском городе Картахена-де-Индиас, Таджикистан был избран полноправным членом этой влиятельной структуры. За принятие Таджикистана в члены ВТО ООН проголосовали более 150 стран. «Таджикистан, располагая богатыми энергетическими ресурсами, имеет право развивать свою экономику и туризм, — отметил на пресс-конференции Т. Рифаи. — У Таджикистана богатый туристический потенциал, который принесет большие дивиденды в экономику страны. ВТО, в свою очередь, окажет посильную помощь и содействие Таджикистану в развитии туризма. Ведь Таджикистан — это Швейцария Центральной Азии» [1]. Это хороший повод обратить внимание на Таджикистан как на туристскую дестинацию.

По данным «Государственной программы развития туризма в Республике Таджикистан на период 2010—2014 годов», число иностранных граждан, посетивших страну в 2008 году, превысило 500 тыс. человек — против 130 тыс. в 2003 году. Относительно выезда граждан республики за границу с целью

туризма (через туристические организации) статистика 2008 года показывает 20 851 человек против 11 519 человек в 2003 году. Внутренний туристический поток в 2008 году достиг более 1 млн человек — это вдвое больше по сравнению с 2003 годом.

Анализ полученных статистических данных указывает на расширение географии въездного туризма: 94 стран в 2008 году против 60 стран в 2003 году [2]. Динамика развития туризма впечатляет, и это несмотря на многие серьезные экономические и социальные проблемы республики.

Сегодня в Таджикистане действуют более 50 туристских предприятий, которые предоставляют широкие возможности для удовлетворения потребностей граждан республики и иностранных граждан в разнообразных туристских услугах, что обеспечивает устойчивое развитие туризма в стране и стимулирует смежные секторы экономики в Таджикистане.

Природно-рекреационные ресурсы республики, наличие памятников истории и культуры позволяют формировать турпродукт, который способен конкурировать и привлекать внимание иностранных туристов. Можно выделить следующие направления международного туризма:

— историко-познавательный;
— альпинизм, горно-спортивный и экологический туризм;
— охота;
— ностальгический туризм;
— санаторно-курортное лечение и отдых;
— рафтинг, парапланеризм, горнолыжный спорт.

Правительство Республики Таджикистан объявило Варзобский, Бальджуванский и Ромитский регионы республики зонами санаторно-курортного лечения, тем самым сделав шаг к возрождению туристской сферы.

В республике в настоящее время восстановлено более 65 % объектов санаторно-курортной и туристской направленности, построено около 35 частных туристических зон отдыха, что создает реальные условия для организации международного

туризма, занятости населения и привлечения инвестиций в данную инфраструктуру.

Ссылаясь на Программу государственной поддержки развития туризма в Таджикистане, хочется отметить экологический туризм, как фактор устойчивого развития. Необходимость развития экологического туризма в Республике Таджикистан обусловлена прежде всего социально-экономическими факторами — созданием новых рабочих мест и развитием местных сообществ в отдаленных регионах. По данным экспертов Всемирной туристической организации, экологический туризм за последние десять лет становится все более популярным среди туристов и является одним из инструментов устойчивого развития заинтересованных государств. Как показали итоги изучения туристического потенциала страны, Республика Таджикистан в силу своих географических и рельефных особенностей (93 % территории республики занимают горные местности) имеет большие возможности для развития экологического туризма. Его основу составляют уникальные природные условия и ландшафты вместе с многочисленными историческими памятниками культурного и этнического наследия народа Таджикистана.

Экономический потенциал экологического туризма в Республике Таджикистан практически неограничен, однако для его становления и развития потребуются определенные капиталовложения и целевые затраты. Создание необходимой инфраструктуры для экологического туризма позволит обеспечить доступность уникальных уголков природы для туристов. Необходимо создать условия для привлечения зарубежных, в том числе частных, инвестиций для реализации инвестиционных проектов, связанных с объектами экологического туризма.

Таким образом, Таджикистан как туристская дестинация обладает всеми необходимыми условиями для успешного развития, может создать конкурентоспособный турпродукт. То внимание, которое государство уделяет проблемам развития туризма сегодня, говорит о том, что в скором времени эта страна, обладающая такими богатейшими ресурсами, имеет

все шансы занять достойную нишу на международном рынке туруслуг при эффективной реализации всех намеченных программ.

Список литературы

1. *Таджикистан* — это Швейцария Центральной Азии. URL: www. newsland. ru

2. *Государственная* программа развития туризма в Республике Таджикистан на период 2010—2014 годов» / утв. Правительством Республики Таджикистан 28 мая 2009 № 299. URL: http://www.yrc.tj/ru/

РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА И ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ

Н. В. Чернятина,
аспирантка (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Проблемы неблагонадежности персонала в ресторане

Неблагонадежность персонала, занятого в индустрии общественного питания, остается одной из главных проблем для рестораторов вот уже на протяжении многих лет. Рано или поздно большая часть из них понимает, что у них воруют. Фраза «плох тот бармен, который зарабатывает меньше хозяина» стала крылатой, а о нечестных поварах и официантах писали еще дореволюционные газеты. И если внимательно посмотреть на ресторанную индустрию, то можно заключить, что воровство в ресторане — совершенно «нормальное» явление. Ведь в крупном водовороте денежных средств непременно найдутся люди, которые пожелают «подставить руки под этот поток, выделив себе маленький ручеек». Самое страшное, что обслуживающий персонал в своем большинстве даже не отрицает сопричастности к прямой или опосредованной утечке материальных средств из кассы заведения, в котором работает. Основная отговорка смешна, нелепа, но, к сожалению, все еще актуальна для России: «Так все же воруют, вот и я». И такой работник может находиться на любой должности, от управляющего до разнорабочего.

Люди, идущие работать в индустрию гостеприимства, в частности на позиции официантов, барменов, поваров, заранее, еще до своего согласия на работу, недовольны уровнем оплаты. Он откровенно низок, а молодежь имеет завышенное

представление как о собственной квалификации, так и о способностях, личностных качествах, а порой и внешних данных. В общем, по мнению еще даже не устроившегося на работу сотрудника, платить вы ему должны в разы больше, а раз не платите — он имеет полное право взять себе сам. Взять все, что удастся.

Какова же основная причина, которая позволяет работникам воровать? Зачастую здесь виноваты сами рестораторы, желающие сэкономить и при приеме на работу утверждающие, что испытательный срок не должен оплачиваться. И то, что в кафе или ресторане нет официального оформления на работу, не оплачивается отпуск или больничный, «белой» является лишь мизерная часть заработной платы, в барменах и официантах притупляет «внутреннего цензора», позволяя «добирать свое». А если и законные (в их понимании) чаевые сдаются в «общий котел», после чего раздаются всем в равных долях, здесь обиженных будет еще больше. Впрочем, с поварами, которые не являются персоналом контактной зоны, а следовательно, не имеют возможности получать чаевые, ситуация обратная: они считают себя незаслуженно забытыми на этом «празднике жизни», если чаевые не делятся.

Итак, давайте приоткроем завесу и посмотрим, какие «актеры» и какие «роли» имеют место быть в ресторанах.

Административный аппарат. Здесь все достаточно просто. Ресторан зачастую использует наличные денежные средства при приобретении каких либо товаров, отсутствующих у поставщиков. Следует тщательно проверять товарные чеки, подколотые к авансовым отчетам. Необходимо установить лимит денежных средств, который может использовать работник при приобретении расходных материалов. И возможно, нужно проверить, почему покупается 15 ручек, когда необходимо всего 4.

Работники зала. Самый «скользкий» участок. Схемы, позволяющие укрывать от управляющего часть выручки, совершенствуются и идут в ногу с техническим прогрессом. С появлением автоматизированных систем приема заказа и управ-

ления рестораном варианты примитивного воровства практически сошли на нет. Во всяком случае, выявить их достаточно просто. Но и здесь можно найти огрехи. Рассмотрим некоторые из них.

Система «R-Keeper», на сегодняшний день наиболее распространенная в ресторанах, позиционируется как единственный инструмент, препятствующий воровству. Однако и здесь возможно обойти систему.

Первый заключается в использовании персоналом дисконтных карт ресторана. При расчете с гостями, не имеющими карточки на скидку, официант выносит им только «предчек» (почти окончательный чек, но без фискальных признаков). Когда гости уходят, хитрый официант подходит к администратору и просит отменить «предчек» (в «R-Keeper» такая функция разрешена только администратору) и, сделав скидку, закрывает чек на кассе. В плюсе — 10% от суммы заказа помимо чаевых.

Второй вариант — более изощренный и требует наличия преступной группы. Чаще всего этот способ используется в ресторанах, которые имеют в своем меню такие фиксированные позиции, как «завтрак», «бизнес-ланч» или «салат-бар», работающие по принципу шведского стола, т.е. без участия кухни. В этом случае одна и та же один раз внесенная в компьютер позиция «завтрак» переходит из одного чека в другой. Допустим, рассчитался гость за завтрак, «предчек» отменяется, а заказ «висит» на одном столе. Приходит новый гость, заказывает еще один завтрак, и официант уже не вносит его заказ в компьютер, а лишь перемещает в системе с помощью администратора старый «завтрак» на пустой стол в ожидании нового посетителя.

Бороться с такими хитростями сложно, но вполне реально. В программе можно найти отчеты, которые позволяют проанализировать возможные действия официантов.

Продажа через ресторан «своего товара» (т.е. алкоголя, купленного в соседнем магазине) сейчас не очень широко используется, в отличие от баров и дискотек. В ресторане все

столы находятся на виду у администрации, и принести свою бутылку в бар, потом забрать ее незаметно — сложно. Гораздо проще будет пользоваться алкоголем ресторана, а потом докупить необходимое количество. Желательно до инвентаризации и снятия остатков.

Следующая категория работников, от которых можно ждать подвоха, — *закупщик и заведующий складом*. Эти люди при желании и определенных навыках могут просто разорить предприятие.

Первое действующее лицо этого «спектакля» — *закупщик.* Он ездит по рынкам, где нет ни товарных, ни фискальных чеков, ежедневно подвергается соблазнам, подстерегающим его у каждого прилавка. Каждому торговцу на рынке выгодно иметь своего постоянного покупателя. И они поэтому начинают щедро одаривать новых закупщиков дополнительными кусками мяса «только для тебя», постепенно «приручая» к себе. А потом цена потихонечку начинает завышаться. Могут также быть предложены пустые накладные и товарные чеки, где можно записать совсем иную цифру, чем израсходованная. Раскрыть данный вид воровства поможет только еженедельный мониторинг рынка.

Заведующий складом. В его основные функции входит заказ продуктов у поставщиков по заявкам кухни. Человек, занимающийся заказом продуктов, их приемкой и хранением, просто вынужден рано или поздно идти на обман. Начиная от банальных «откатов» поставщиков за работу именно с их компанией и заканчивая молчаливым согласием на прием недоброкачественной продукции или продукции с истекшим сроком хранения в обмен на материальное поощрение.

Заведующий хозяйственной частью. Здесь масштабы воровства поменьше, но возможности все же имеются. В основном можно украсть, средства для мытья посуды, стиральный порошок, мусорные пакеты.

Переходим к предпоследней группе. Это *мойщицы* и *уборщицы.* То, что завхоз все-таки передал им для работы, совсем не обязательно полностью используется в ресторане.

Часть инвентаря и расходных материалов оказывается в домах мойщиц и уборщиц. Там же оседает и часть приборов, стекла и посуды ресторана. Многие управляющие используют в борьбе с таким воровством одного независимого охранника, который тщательным образом проверяет на выходе сумки персонала.

И замыкают цепочку воришек *гости*. Приборы, солонки и перечницы, блюдца и меню — список можно продолжать бесконечно. Бороться с этим бесполезно. Нужно просто признать это как факт.

Проанализировав перечисленные способы воровства, мы приходим к выводу, что мириться с этим — значит показывать всему персоналу, что управление рестораном терпит поражение, поэтому бороться с этим злом необходимо и можно, причем достаточно успешно. Для того чтобы противостоять фактам воровства, менеджмент должен быть построен под лозунгом: «Да здравствует контроль!». В этом случае, как показывает практика, успех обеспечен.

Список литературы

1. *Затуливетров А.* Ресторан. СПб., 2008.
2. *Солдатенков Д.* Современный ресторан: новые форматы. М., 2010.
3. *Дементьева Е. П.* Ресторанный бизнес. Ростов н/Д, 2008.

К. В. Фомичева,
студентка (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Анимационные предложения для поколения Z в курортных гостиницах Египта

Отдых в Египете нравится не только взрослым, но и детям. Детские туры в Египет — это загадочные пирамиды и величественные сфинксы, будоражащие детское воображение.

Египетские курорты снискали популярность, как лучшие места для семейного отдыха. В Стране фараонов нет детских лагерей, но можно с уверенностью утверждать, что в Египте есть развитая инфраструктура детского и семейного отдыха.

Стремление к личному комфорту и достатку — одна из основных современных общечеловеческих идей. Все, что делается в египетском отеле, направлено на организацию максимально комфортных условий для отдыха, создание атмосферы изобилия и праздника [1].

Каждая эпоха имеет свои технические достижения, что вызывает необходимость в овладении новыми навыками [2]. Генеральный директор «Бюро тренинга и консалтинга», преподаватель и тренер Академии народного хозяйства при Правительстве РФ Евгения Шамис с успехом продвигает «Теорию поколений» в России и в интервью газете «Московская правда» подчеркивает: «Темп жизни ускоряется для всех поколений: каждый день мы получаем гораздо больше информации, чем наши предки, и вынуждены принимать гораздо больше решений». Если для поколения *X* телевидение — это новости, поколение *Y* смотрели мультики по субботам в своем детстве, то для поколения *Z* созданы специальные каналы, где круглосуточно транслируются не только мультфильмы, но и развивающие игры; можно изучать другой язык с телегероями и даже делать зарядку. Это делает поколение *Z* более быстро развивающимся, задает темп и помогает ребенку научиться планировать.

Мир познакомился с «Теорией поколений» в 1991 году, когда вышла книга Нейла Хоуфа и Вильяма Штрауса «Generations. The history of America's future, 1584 to 2069» («Поколения. История американского будущего с 1584 до 2069 год»). Причем она возникла на стыке нескольких наук. Нейл Хоув был экономистом и специалистом в области демографии, а Вильям Штраус — историком, писателем и драматургом. Они одновременно и независимо друг от друга решили подробно изучить такое понятие, как «поколение». Их внимание привлек известный «конфликт поколений», который не

связан с возрастными противоречиями. Если бы было иначе, люди, достигая определенного возраста, приобретали бы возрастные ценности, характерные этому периоду. Но этого не происходит: дети, достигая возраста своих родителей, не становятся точно такими же, как они.

Американцы Н. Хоув и У. Штраус изучали ценности среднего класса, то есть большинства населения своей страны. Принято считать, что в России средний класс еще не сформировался, поэтому, анализируя российскую действительность, ориентируются на наиболее типичных представителей разных возрастов (поколений) [5].

В России подрастает первое поколение, абсолютно похожее на своих западных сверстников: наши десятилетние соотечественники растут на тех же фильмах, что и американские школьники, играют в те же игры, видят на полках те же товары. Уже нет погони за мультиком, который транслируется в определенное время по телевидению, есть фильмы online, есть диски.

В каждом детском клубе Египта стоит телевизор, есть каналы на английском, есть множество дисков на разных языках. Есть караоке, которое помогает поколению *Z* проявить себя. Но технологии шагают дальше. Уже появляются развивающие игрушки, такие как DJ-пульт и электронные музыкальные инструменты: гитара, барабаны — можно вообразить себя знаменитым диджеем или наиграть нравящийся трек. Правда, такие новации есть еще не в каждом египетском детском клубе, но они привлекают детей нового поколения больше всего. И не случайно: ведь это поколение творческих людей, а такие развивающие игры и дают начало развитию творческого потенциала. Пройдет 20 лет, и мы увидим, что поколение *Z* создает новое искусство, скорее всего в цифровой форме.

Американские социологи выяснили, что важнейшими факторами, определяющими мышление и действия поколений, являются не возраст, а два других параметра. Первое — среда, в которой человек растет до 10—12 лет. Все, что происходит вокруг, человек в таком возрасте оценивает не в категориях

«хорошее или плохое», «правильное или неправильное», а как нормальное. Второй параметр — нормы воспитания в семье, которые ребенок тоже воспринимает как нормальные — а это зависит от ценностей предыдущего поколения.

Бизнес-тренер «Ассоциации практикующих бизнес-тренеров» Андрей Тилькунов отмечает, что поведение человека изменить не так сложно, а вот ценности меняются с большим трудом [6].

И уже сейчас закладываются основные ценности нового поколения. Так называемое поколение *Z* уже начинает пользоваться предметами, которых раньше не было. Держа в руках мобильный телефон, его представители уже сегодня могут совершать самостоятельные покупки — например, развлекательного контента. И в Египте поколение *Z* уже пробует самостоятельно покупать сувениры, географические карты — в современных детях нет наивности, они серьезны и умеют анализировать и адаптироваться.

Подрастающие потребители, скорее всего, будут большими индивидуалистами, имеющими собственные представления обо всем и не слишком ценящими мнение родителей в том, что касается покупок, — у них есть свой опыт потребления. Они достаточно толерантны к рекламе — молодежь не знает, что можно жить без нее, и считают, что она должна быть полезной. Получается, что поколение *Z* должно расти и развиваться, а не соответствовать.

От отечественных маркетологов работа с поколением *Z* потребует новых навыков, и, видимо, здесь опыт западных коллег будет как никогда уместен, вплоть до использования инсайтов. Ведь в свои 10 лет многие уже умеют самостоятельно бронировать гостиницу и билеты на самолет через Интернет. Это должны учитывать турфирмы.

А. А. Мусакин в своей книге «Малый отель: с чего начать, как преуспеть. Советы владельцам и управляющим» отмечает, что анимация — это своеобразная форма рекламы, преследующая цель продвижения продукта и услуг на рынке для повышения доходности и прибыльности сферы обслужива-

ния [3]. Если говорить об этом, имея в виду подрастающее поколение *Z*, то можно заметить, что родители заботятся в первую очередь о комфорте своего ребенка, а значит, поедут в тот отель, где ребенок получит больше удовольствия.

Отдых в Египте предусматривает существенные скидки для детей в отелях. А в некоторых случаях отели для них вообще бесплатны. Скидки для детей предоставляются также в музеях и парках развлечений. Экскурсии для детей намного дешевле. А в ресторанах для маленьких посетителей есть не только скидки, но и специальное детское меню. Почти каждый отель предоставляет услуги няни.

Детский отдых в Египте — это специальная развлекательная программа в отелях и атмосфера позитива. Чрезвычайно развитая детская инфраструктура в отелях включает миниклубы, детские игровые площадки и детские бассейны. Дети поколения *Z* умнее, цивилизованнее, быстрее адаптируются в социуме и более свободные. Получается, что создание детской анимации — хороший маркетинговый ход, потому что в возрасте 8—10 лет 88 % представителей нового поколения уже не чувствуют себя детьми. Это значит, что они стремятся к самостоятельности и независимости. С другой стороны, для поколения *Z* не так важна социализация и объединение в группы, как для поколения *X*, для них важна база, где они смогут удовлетворить свои потребности.

В Шарм-эль-Шейхе кораллы находятся у самого берега, а там, где заканчиваются кораллы, вода глубока для ребенка, но это не проблема — почти в каждом отеле есть детские бассейны. Дети могут любоваться кораллами, цветными рыбками и прочей морской живностью. Это интересно и увлекательно — увидеть все своими глазами, ведь они уже просмотрели множество фотографий Египта, выложенных в Интернете, а возможно, и играли в компьютерную игру, и смотрели мультфильм про подводный мир. Они уже все знают об этом. И лучше беззаботного поколения *X* помнят, что нужна специальная обувь, чтобы ходить по кораллам. А плавать можно и в бассейне — поколение *Z* скорее выберет комфорт, чем риск.

Детский отдых в Хургаде великолепен благодаря мягким песчаным пляжам и мелкому морю. В Хургаде огромный выбор отелей, где есть детская анимация и детские клубы. Ребенок там отлично повеселится, пока его родители будут развлекаться, ведь самостоятельность и желание независимости — основные характеристики поколения *Z*.

Детский отдых в Табе радует респектабельностью, развитой инфраструктурой, золотистым песком пляжей и спокойствием. Для детей в отелях имеются отличные детские площадки, бассейны-«лягушатники» и оборудованные игровые комнаты.

Марса Алам — новый перспективный курорт. Современные отели предлагают новому поколению игровые площадки, детские клубы и детские бассейны [7].

Детский отдых в Египте пронизан веселой атмосферой праздника. Детей ждут развлекательные программы, просмотр мультфильмов, игры и карнавалы. Раньше детям не уделяли столько внимания на курортах, но современность требует, чтобы с детьми общались на равных. В лучших отелях Египта предусмотрена анимация, рассчитанная на семейных туристов, либо есть раздельные анимационные программы для взрослых и детей. Анимационная индустрия решает задачи воспитания, образования, отдыха, развития культуры человека, т.е по своей сути формирует и развивает личность [4]. Мини-дискотеки или кукольные представления приводят детей в полный восторг, они организовываются либо самой анимационной командой, либо приглашенными театральными и танцевальными группами. Отдых в Египте оставляет незабываемые впечатления, которые становятся для подрастающего поколения сбывшейся сказкой из виртуального мира.

Список литературы

1. *Дубин Б.* Поколение: социологические границы понятия // Мониторинг общественного мнения. 2002. №2 (58). С. 23—28.

2. *Зенкин С.* Поколение: опыт деконструкции понятия // Поколение в социо-культурном контексте XX века. М., 2005.

3. *Мусанин А. А.* Малый отель: с чего начать, как преуспеть. Советы владельцам и управляющим. СПб., 2007.

4. *Приезжаева Е. М.* Анимационный менеджмент. М., 2007.

5. *Теория* поколений в России. URL: http://rugenerations. wordpress. com (дата обращения: 19.03.2011).

6. *Конфликт* поколений: миф или кошмар работодателя? // Equipnet. ru. URL: http://www. equipnet. ru/articles/other/other_620.html (дата обращения: 22.03.2011).

7. *Магия* путешествий. URL: http://www. magtur. ru (дата обращения: 25.11.2010).

А. Е. Колесникова,
студентка (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Сравнительный анализ категорий предприятий общественного питания в России и США

Ресторанный бизнес России довольно стремительно и стабильно развивается. Об этом свидетельствует и проникновение международных сетевых ресторанов на российский рынок. Но в связи с этим возникают проблемы идентификации предприятий общественного питания с российской классификацией.

На данный момент предприятия общественного питания в России классифицированы в Государственном стандарте Российской Федерации ГОСТ Р 50762—95. Согласно пункту 4 ГОСТ Р 50762—95 «Классификация предприятий общественного питания», данный стандарт предусматривает следующие типы предприятий общественного питания: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная.

При определении типа предприятия учитывают следующие факторы:

— ассортимент реализуемой продукции, ее разнообразие и сложность изготовления;

— техническую оснащенность (материальную базу, инженерно-техническое оснащение и оборудование, помещения, архитектурно-планировочное решение);

— методы обслуживания;

— квалификацию персонала;

— качество обслуживания (комфортность, этику общения, эстетику и так далее);

— номенклатуру предоставляемых потребителям услуг.

В США предприятия общественного питания имеют более детальное подразделение[1]:

1) рестораны;

2 алкогольные бары;

3) кафе;

4) закусочные и безалкогольные бары;

5) подрядчики;

6) кейтеринг;

7) мобильный Food-service (передвижное обслуживание).

Остановимся более подробно на различиях предприятий двух названных стран.

Ресторан. В России к ресторану относится предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, с продажей вино-водочных, табачных и кондитерских изделий. Имеет повышенный уровень обслуживания в сочетании с организацией отдыха[2].

Рестораны различают:

— по ассортименту реализуемой продукции — рыбный, пивной; с национальной кухней или кухней зарубежных стран;

— по месту расположения — ресторан при гостинице, вокзале, в зоне отдыха, вагон-ресторан и другие.

В структуре гостиничных комплексов может быть несколько ресторанов, а может не быть ни одного. В больших гостиницах, входящих в известные гостиничные цепи, обычно два ресторана — фешенебельный фирменный и небольшой с невысоким уровнем цен на блюда и напитки. Рестораны при гостиницах обслуживают как проживающих в них гостей, так и других посетителей. Они также организуют обслуживание

[1] NAICS — североамериканская классификационная система ресторанов.

[2] Классификация предприятий общественного питания — ГОСТ Р 50762-95.

торжественных и официальных приемов, совещаний, конференций, конгрессов, предоставляют гостям дополнительные услуги: продажа сувениров, цветов, обслуживание в гостиничных номерах и т. д. Вокзальные рестораны расположены на железнодорожных станциях и аэровокзалах; работают они круглосуточно. Характерен ограниченный набор блюд, закусок, напитков, невысокий уровень цен и относительно быстрое обслуживание. Вагоны-рестораны имеются в поездах дальнего следования и предназначены для обслуживания пассажиров, находящихся в пути. В меню вагонов-ресторанов входят холодные закуски, первые и вторые блюда, горячие напитки, комплексные обеды, а также дорожные наборы в пакетах, кондитерские изделия, фрукты, соки, минеральные и фруктовые воды, продаваемые официантами во всех вагонах поезда.

В США рестораны представляют собой несколько иные заведения и подразделяются на две категории:

— ресторан с полным сервисом услуг (предоставляются услуги официанта, продаются алкогольные напитки, организуются развлечения, счет оплачивается после еды);

— ресторан с ограниченным набором услуг. В таком ресторане посетители выбирают блюда из меню и оплачивают счет перед едой (Quick service). В эту категорию можно отнести таких крупнейших операторов, как «McDonalds», «Burger King», «Pizza Hut», «KFC» и т. д. В России их представители относятся скорее к закусочным (согласно классификации предприятий общественного питания), нежели к ресторанам.

Все большую популярность в США приобретают заведения типа *Quick&Casual* — нечто среднее между фаст-фудом и «повседневным» рестораном. То есть предприятия общественного питания такого типа являются своеобразным переходных вариантом между рестораном с полным сервисом услуг и ограниченным набором услуг. Заведения типа Quick&Casual переняли от обычных ресторанов высокое качество и традиционность кулинарии, высокий уровень обслуживания официантами и предоставили дополнительный набор услуг: бесплатная парковка, телефон, еда на вынос, детский игровой зал, кейтеринг и т. д. А от ресторанов фаст-фуда —

меньшее количество позиций меню при более демократичных ценах, скоромность интерьера. Таким образом, посетитель получает ресторанную еду, но дешевле и быстрее.

Сегодня в России тоже немало заведений, напоминающих Quick&Casual. Например, китайское бистро, небольшие ресторанчики, рассчитанные на ежедневное посещение, ресторанчики с «домашней» кухней и т. д. Отличие от американских заведений такого типа заключается в том, что отечественные фаст-фуды предлагают посетителям именно домашнюю еду, в то время как американские заведения типа Quick&Casual используют промышленные рецептуры и блюда в профессиональном качестве исполнения.

Бар. Согласно российской классификации предприятий общественного питания, бары не подразделяются на алкогольные и безалкогольные. Они составляют одну категорию и представляют собой заведения с барной стойкой, реализующие алкогольные и безалкогольные напитки, десерты, закуски и т. д. Бары различают:

1) по ассортименту реализуемой продукции и способу ее приготовления — молочный, пивной, винный, кофейный, коктейль-бар, гриль-бар;

2) по специфике обслуживания потребителей — видеобар, варьете-бар, спортбар и т. д.

В США идет четкое разделение алкогольных баров (Drinking places) и баров безалкогольных напитков, к которым относятся и закусочные. Из названия этих баров сразу понятна специализация заведений.

Кафе и столовая. В России кафе и столовая являются абсолютно разными предприятиями общественного питания, которые отличаются главным образом реализуемыми блюдами: кафе реализует фирменные, заказные блюда, изделия и напитки, а столовая — разнообразные блюда в соответствии с меню по дням недели. В США, в отличие от России, кафе и столовая представляют собой единое заведение, которое занимается приготовлением и подачей блюд, с самообслуживанием и продажей безалкогольных напитков.

Закусочная. В мировой практике в разряд закусочных попадают сетевые рестораны, но в России закусочная существует как самостоятельное предприятие общественного питания, которое предоставляет ассортимент блюд несложного приготовления и предназначено для быстрого обслуживания посетителей. Закусочные разделяют: по ассортименту реализуемой продукции — общего типа и специализированные (сосисочная, пельменная, блинная, пирожковая, шашлычная, чайная, пиццерия и т. д.).

Подрядчики, кейтеринг и мобильный фуд-сервис (Food service). Эти три группы относятся исключительно к американской классификационной системе и составляют отдельные категории. В России данные категории в ГОСТ не включены, но представлены на рынке предприятий общественного питания. Предприятия группы ***подрядчиков*** обеспечивают продовольствием заказчиков. Они заключают договора с кафе, ресторанами, предоставляют обслуживающий персонал. ***Кейтеринг*** — американская категория предприятий по оказанию услуг питания сотрудникам фирм и организаций, которая предоставляет оборудование и транспортные средства для доставки блюд и закусок. Кейтеринг все большую популярность приобретает и в России, так как это не только приготовление и доставка пищи, но и обслуживание, сервировка и оформление. Можно сказать, что это ресторанное обслуживание вне стационарных помещений. Даже торговлю продуктами питания (бутербродами, кондитерскими изделиями, упакованными в целлофановую пленку) и прохладительными напитками во время проведения каких-либо мероприятий можно назвать кейтерингом.

*К **мобильному фуд-сервису*** относится передвижное обслуживание, что тоже в какой-то степени связано с кейтерингом, но тем не менее представляет собой отдельную категорию в американской классификационной системе. Согласно NAICS, к передвижному обслуживанию относятся предприятия питания, занимающиеся подготовкой блюд и закусок и обслуживанием из автотранспортных средств или немотори-

зованных тележек. В России также данная категория становится все более популярной. Она представлена тележками, с которых продают хот-доги, мороженое, блины и т. д.

В целом отечественный рынок общественного питания повторяет тенденции западного. В ближайшем будущем развитие сектора Quick&Casual может происходить за счет перехода в него существующих заведений и сетей по схеме франчайзинга, а также возможного появления на рынке западных брендов [2]. Стоит обратить внимание на то, что формат Quick&Casual очень удобен для продвижения в регионы. Это связано со сравнительно низкими операционными расходами, простотой полуфабрикатов.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что российская и американская классификационные системы предприятий общественного питания значительно отличаются друг от друга, но тем не менее имеют немало общего.

Кейтеринг является активно развивающимся направлением в ресторанном обслуживании. В российской классификации он не попадает под категорию ГОСТа, а относится к видам торговли. Мобильный фуд-сервис также не учтен в ГОСТе, но существует вполне самостоятельно. Поэтому необходимо создать для кейтеринга и мобильного фуд-сервиса отдельные положения в ГОСТе, которые смогут их классифицировать.

Список литературы

1. *Государственный* стандарт Российской Федерации: общественное питание; классификация предприятий. ГОСТ Р 50762—95. М., 1995.

2. *Сирый В., Бухаров И., Ярков С.* и др. Ресторанный бизнес. М., 2008.

ВОПРОСЫ ОБРАЗОВАНИЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Е. П. Мутавчи,
соискатель (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Принципы взаимодействия на занятиях по дисциплине «Психология гостеприимства»

Формирование профессиональной позиции у обучающихся вуза предполагает учет многих факторов. Один из них — ориентация на основные принципы учебно-профессиональной деятельности. Ниже представлены наиболее релевантные принципы.

Принцип соответствия содержания ситуаций профессионального общения целям обучения. Система образования всегда характеризуется взаимосвязью целей образования, состава обучающихся, содержания образования и методов обучения. С точки зрения формирования профессиональной коммуникативности студентов как цели педагогической деятельности это значит, что в их подготовке обязательно должно быть предусмотрено соответствие между содержанием и методами обучения, обеспечивающими готовность будущего специалиста к изменяющимся ситуациям профессионального общения. Принцип содержательной насыщенности позволит отработать конкретные наиболее употребительные виды профессиональной коммуникативной деятельности. Следует подчеркнуть, что в процессе обучения создать естественные ситуации про-

фессионального общения достаточно трудно. Однако характерной чертой моделирования коммуникативных ситуаций в ролевых играх является то, что они наиболее приближены к естественным ситуациям общения и позволяют реализовать прием личностно-ориентированного общения и коллективного взаимодействия на занятиях по курсу «Психология гостеприимства».

Принцип изоморфности содержания психолого-педагогической подготовки студентов содержанию ситуаций профессионального общения. В соответствии с этим принципом в содержание подготовки должны войти научные знания о сущности и взаимосвязи категорий «индивид», «личность», «субъект деятельности», «индивидуальность», о концепциях развития человека, способах диагностики и формирования личности, индивидуальности, а также специальные знания по психологии гостеприимства.

Принцип изоморфности содержания ситуаций профессионального общения вероятному содержанию профессиональной деятельности. Этот принцип соответствует одному из требований к профессиональной подготовке специалистов, которое заключается в профессиональной направленности образования. Данный принцип означает, что вероятные задачи деятельности будущего специалиста должны составлять основу ситуаций профессионального общения, моделируемых, например, в ролевой игре [3].

Принцип гуманизации содержания ситуаций профессионального общения. Исходя из этого принципа, мы считаем, что у будущих специалистов по сервису и туризму необходимо вырабатывать отношение к индивидуальности человека как к высшей ценности, признание его права на свободу, счастье, развитие и творческое проявление своих физических и духовных сил. Согласно гуманистическим целям подготовки студентов, с одной стороны, необходимо в рамках учебного процесса моделировать такие ситуации, которые отвечали бы условиям для развития творческой индивидуальности, формирования индивидуального стиля деятельности будущего специалиста. С другой стороны, важно обеспечить готовность сту-

дентов к общению в различных ситуациях профессиональной деятельности. Основным средством формирования профессиональной коммуникативности студентов становится ролевая игра, отвечающая требованиям гуманитаризации содержания образования. Данный принцип, как и предыдущий, предполагает насыщение ситуаций профессионального общения, моделируемых в ролевой игре, общечеловеческими ценностями, проблемами развития человеческого в человеке.

Принцип внутри- и междисциплинарной интеграции знаний. Интеграция содержания ситуаций профессионального общения обусловлена психологическими закономерностями развития индивидуальности студента как целостности — это развитие сфер психики, всех сторон личности возможно лишь во взаимосвязи [2]. Только при условии синтеза, интеграции социально-педагогических и психологических знаний в ситуациях профессионального общения будет обеспечено глубокое знание природы индивидуальности человека, закономерностей ее развития, методов изучения и формирования. Такой подход позволит успешно формировать профессиональную позицию у студентов — будущих специалистов по сервису и туризму.

Принцип прогностического подхода к отбору содержания ситуаций профессионального общения. Для того чтобы успешно решать профессиональные задачи, современному специалисту недостаточно ориентироваться только на полученные в вузе знания и умения. При необходимости он должен быть готов к обновлению своей позиции и профессиональной компетентности [1].

Принцип выделения ведущих идей и понятий в содержании ситуаций профессионального общения. В соответствии с этим принципом в содержание ситуации профессионального общения следует включить наиболее необходимые, универсальные и перспективные элементы научного знания, передового педагогического опыта, которые потребуются и в интеграции обучения студентов, и будущему специалисту. К ним мы относим развитие индивидуальности, деятельности, требования к развитию обучающихся и к компетентности обучающих и обучающихся.

Список литературы

1. *Григорьева Н.* Вузовский диплом не есть диплом профессионала // Высшее образование в России. 2004. №1. С. 104—110.
2. *Дмитренко Т.* Профессионально-ориентированные технологии // Высшее образование в России. 2003. №3. С. 159—161.
3. *Еремкин А.* Интенсивное введение в специальность // Высшее образование в России. 2004. №4. С. 44—49.

Е. В. Потап,
студентка (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)
И. И. Драгилева,
доцент (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Роль международного научного сотрудничества в подготовке будущих выпускников

В современном обществе наука играет далеко не последнюю роль. Эффективное развитие экономики любого государства невозможно без адекватного научного сопровождения.

В мае 2009 года отборочная комиссия DAAD (Deutscher Akademischer Austausch Dienst — Немецкая служба академический обменов) приняла решение: Россия, Таиланд, Чили и Колумбия — те четыре страны, в которых еще в текущем году должен появиться модельный центр в рамках сотрудничества с германскими вузами. Цель проекта — объединить выдающихся ученых и организовать их совместную деятельность, а также университетские научные исследования и обучение в Германии. Названные страны должны показать примеры академического сотрудничества, призванного дать новые импульсы науке и связать с Германией глобальные передовые научные исследования. До 2014 года планируется ежегодно выделять в целом 2 млн евро на деятельность модельных центров.

Грайфсвальдский университет предлагает возможность изучать культуру балтийских народов с учетом таких аспектов, как лингвистика и страноведение.

Свободный университет (FU — Freie Universitaet) Берлина выбрал для реализации своей концепции международного элитного центра (Exzellenz-zentrum) российского партнера — Санкт-Петербургский гуманитарный университет (СПбГУ). Они уже давно успешно работают с российскими партнерами. Это сотрудничество началось более 40 лет назад. За это время Свободный университет Берлина создал вместе с СПбГУ германо-российскую BESSY-II в Центре им. Гельмгольца в Берлине. Кроме того, уже давно российские и германские университеты при поддержке DAAD создали Программу им. Леонарда Эйлера по обмену студентами. Благодаря ей лучшие студенты из России могут получить стипендию для одномесячной стажировки в Свободном университете Берлина.

Германия и Россия проводят множество совместных исследований в области естественных наук. Германо-российский центр дает возможность ученым и студентам не только приглашать отдельных докторантов или студентов из России в Берлин, но и осуществлять постоянный обмен.

Третьего июля 2009 года первые выпускники германо-российской магистерской программы «Русская культура» получили российский диплом и свидетельство об окончании Рурского университета в Бохуме (RUB).

Европейская программа научно-технического сотрудничества в области высоких технологий и инноваций «Eureka» («Эврика») имеет статус международной правительственной организации. Участие в «Эврике» способствует продвижению российских научно-технических разработок на рынки высоких технологий европейских стран, а также доступу к информационным и технологическим ресурсам стран-членов.

Фонд им. Гумбольдта, Немецкая служба академических обменов (ДААД), Германское исследовательское общество (ДФГ), Общество Макса Планка, Общество Гельмгольца и Общество Фраунгофера способствуют развитию академических отношений за

рубежом, прежде всего посредством обмена студентами и учеными.

Никакой обмен невозможен без знания языка. Во многих случаях таким общим фундаментом выступает английский, но немецкий язык тоже является языком науки, а потому курсы немецкого — важный элемент инициативы. Например, инновационные курсы *E-Learning* интернет-портала *Deutsch-Uni Online* (Германский онлайн-университет). Учить немецкий необходимо для ученых и студентов из-за рубежа, даже если они вполне могут обходиться английским языком в больших и университетских городах. Ведь общий язык играет не последнюю роль в налаживании прочных международных научных связей.

Что касается России, необходимо отметить новую Федеральную целевую программу «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009—2013 годы, которая была одобрена Правительством РФ в июне 2008 года с целью создания условий для эффективного воспроизводства научных и научно-педагогических кадров и закрепления молодежи в сфере науки, образования и высоких технологий, а также сохранения преемственности поколений в науке и образовании. Всего на реализацию программы в 2009—2013 годах запланировано выделить 90,454 млрд рублей, в том числе 80,39 млрд из средств федерального бюджета.

Благотворительный фонд В. Потанина — один из первых частных фондов в истории современной России — создан в 1999 году для реализации масштабных программ в сфере образования и культуры. Основная задача этого фонда — содействовать становлению активных, творческих профессионалов и развитию благотворительности в нашей стране. Еще одна важная задача — проведение долгосрочных стипендиальных и грантовых программ, адресованных талантливым студентам и перспективным преподавателям ведущих государственных вузов России.

Бюджет Благотворительного фонда В. Потанина формируется из личных средств Владимира Потанина. Ежегодно на программы в сфере образования и культуры выделяется около

10 млн долларов. За 10 лет в конкурсных отборах фонда участвовало более 143 тыс. студентов-отличников, стипендиатами стали 12 640 человек.

В 2010/11 учебном году Федеральная стипендиальная программа охватила 60 ведущих государственных вузов, стипендиатами стали 1200 студентов. Размер стипендии, которая выплачивается в течение календарного года, составляет 3 500 рублей в месяц. Стипендия назначается по результатам конкурсных отборов.

Международная деятельность БФУ им. И. Канта (Балтийский федеральный университет им. И. Канта) ведется в соответствии с нормативными актами РФ по международному сотрудничеству. БФУ им. И. Канта, являясь полноправным членом Ассоциации европейских университетов, входит в число ведущих российских вузов, активно включившихся в Болонский процесс.

Помимо сотрудничества на основе двусторонних договоров и соглашений, БФУ им. И. Канта активно сотрудничает с зарубежными вузами в рамках международных программ — как правило, реализуемых в регионе Балтийского моря.

В рамках участия в Болонском процессе и деятельности по формированию общего пространства науки и образования Россия-ЕС в сентябре 2004 года тогда еще КГУ подписал Хартию европейских университетов.

Яркий пример многостороннего сотрудничества дает программа «Балтийский университет» — региональная университетская сеть, объединяющая более 180 университетов в 14 странах бассейна Балтийского моря. «Балтийский университет» предлагает курсы для студентов и аспирантов, в его рамках осуществляется совместная научно-исследовательская деятельность. Программа затрагивает общие проблемы окружающей среды и устойчивого развития Балтийского региона. Деятельность программы координируется секретариатом в университете г. Упсала (Швеция). На базе БФУ им. И. Канта действует один из 13 региональных центров программы (открыт в 1997 году).

БФУ им. И. Канта также является участником «Сети университетов Балтийского моря» (Baltic Sea Regional University Network), которая объединяет университеты Финляндии, России, Польши, Литвы, Латвии, Беларуси и Эстонии. Деятельность Сети координируется университетом г. Турку (Финляндия).

Вместе с 40 ведущими вузами России БФУ им. И. Канта входит в Ассоциацию классических университетов России, а совместно с такими лидерами российской высшей школы, как МГУ (Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова и СПбГУ (Санкт-Петербургский государственный университет), БФУ им. И. Канта стал учредителем Ассоциации российских вузов за вхождение в мировое образовательное пространство. Партнерские отношения связывают БФУ им. И. Канта с 56 университетами России и институтами РАН (Российская академия наук).

На сегодняшний день по показателям интенсивности международного сотрудничества БФУ им. И. Канта входит в первую десятку вузов России. В настоящее время действуют 72 договора о сотрудничестве между БФУ им. И. Канта и различными иностранными вузами Польши, Германии, Литвы, Латвии, Беларуси, Финляндии, Дании, Австрии, Франции, Швеции, Италии, США.

Около 500 студентов, аспирантов и преподавателей БФУ им. И. Канта ежегодно проходят стажировки в зарубежных вузах; участвуют в зарубежных летних школах и международных конференциях. Одновременно более 200 студентов-иностранцев из Германии, Польши, Франции, Литвы, Латвии, стран СНГ (Содружество Независимых Государств) проходят обучение в нашем университете.

Особое внимание в БФУ им. И. Канта уделяется развитию приграничного сотрудничества с польскими и литовскими вузами. В рамках договоров развивается мобильность студентов, преподавателей и исследователей, проводятся научные конференции и семинары, оптимизируется образовательный процесс на отдельных факультетах, ведутся совместные научные исследования и разработки.

Значимую работу проводит университет по поддержке соотечественников из стран Балтии, а также по сохранению русского языка и русской культуры в странах ближнего и дальнего зарубежья (Германии, Польше, Литве, Латвии, Франции, Швеции, Словакии). Совместно с Варминьско-Мазурским университетом (Ольштын, Польша) и университетом г. Турку (Финляндия) открыт международный образовательный центр в г. Бранево (Польша). В 2008 году открыто представительство БФУ им. И. Канта в г. Риге (Латвия), в перспективе — открытие представительств в Клайпеде (Литва) и в Берлине (Германия).

Международные проекты, реализуемые в БФУ им. И. Канта в области образования:

— двойные дипломы;

— международный образовательный центр в Бранево (программа по присуждению двойных степеней);

— программа двойных дипломов «Bridges».

Языковые курсы — курсы русского языка для иностранных студентов.

Подготовка к сдаче языковых тестов — тест на знание немецкого языка (Test DAF) совместно с Гёте-институтом.

Сотрудничество с фондами. DAAD — самоуправляемая организация высших учебных заведений Германии. DAAD объединяет 230 немецких вузов-участников и 126 студенческих организаций и является посредником в организации внешней культурной политики, а также политики высшего образования и науки Германии. DAAD имеет 14 зарубежных представительств и 48 информационных центров по всему миру и выдает порядка 50 тыс. стипендий в год.

Перспективы. Одна из стратегических задач развития БФУ им. И. Канта — формирование Инновационного парка как единого инфраструктурного комплекса, состоящего из объединенных под одной крышей лабораторий, инновационного инкубатора и выставочного центра.

В рамках Инновационного парка планируется создание инновационного инкубатора (для талантливой молодежи и

малого интеллектуального бизнеса). Он предназначен для молодых компаний, работающих в интеллектуальных непроизводственных (сервисных) видах деятельности.

Получение университетом статуса федерального вуза должно сказаться на качестве образовательных технологий и в целом позволит улучшить ситуацию с образованием в регионе.

Очевидна и польза для студентов. Изменения в лучшую сторону будут в плане модернизации образовательного процесса, особенно развития магистерских программ и образовательных технологий, привлечения ведущих в своих научных областях ученых — как российских, так и зарубежных. Студенты будут больше вовлечены в научно-исследовательский процесс, принципиально изменится научная инфраструктура, лучше будут оснащены аудитории и лаборатории и т. д.

Преподаватели БФУ им. И. Канта также почувствуют перемены, связанные с новым статусом вуза. Те, кто состоятелен в научном отношении, получат колоссальные возможности двигаться в этом направлении (например, будет приобретаться самое современное, новейшее оборудование, на котором можно проводить исследования, в том числе по научным грантам, и пр.). Те, кто сконцентрирован на учебном процессе, смогут участвовать в модернизации методик и технологий, создавая учебно-методическое обеспечение нового поколения и получая за это серьезное вознаграждение. Кроме того, появятся практически неограниченные возможности повышения квалификации, вплоть до ее прохождения в ведущих университетах мира.

Список литературы

1. *Миры* знаний объединяют. Сети для научных исследований. URL: http://www. magazin-deutschland. de (дата обращения: 20.11.2010).

2. *Образование* в Германии. URL: http:// de. itec-group. ru (дата обращения: 20.11.2010).

3. *Образование* за рубежом. URL: http://www. ucheba. ru/abroad-article/7394 (дата обращения: 17.11.2010).

4. *Образовательная* политика в современной России: проблемы и перспективы. URL: http://anthropology. ru/…/texts/dudnik/ educcs_05.html (дата обращения: 23.11.2010).

5. *Основные* европейские научные фонды и сведения по ним. 2009. URL: http:// education. kulichki. net/grant/main. html (дата обращения: 24.11.2010).

6. *Официальный* берлинский портал на русском языке. URL: http:// www. berlin—ru. net (дата обращении: 20.11.2010).

7. *Российский* государственный университет им. Канта. URL: http:// www. kantiana. ru (дата обращения: 14.10.2010).

8. *Университеты* Германии. URL: http:// www. uni-versity. info/Germany (дата обращения: 12.11.2010).

9. *Hochschulpakt* 2020. URL: www. bmbf. de/de/6142.php (дата обращения: 23.11.2010).

З. И. Гринько,
доцент (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)
А. А. Чернышев,
студент (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Подготовка авиационного персонала на факультете сервиса

Авиационный учебный центр факультета сервиса Балтийского федерального университета имени Иммануила Канта осуществляет профессиональную подготовку, переподготовку и повышение квалификации бортпроводников, бортпроводников-инструкторов, кассиров по бронированию и продаже авиабилетов и персонала по аэропортовой деятельности.

Начало работы Авиационного учебного центра пришлось на 2007 год, когда потребность в подготовке кабинных экипажей и наземного персонала была достаточно высокой, а подобного центра в Калининградском регионе на тот момент не было.

С первых дней своего существования Авиационный учебный центр установил максимально высокие требования к своей работе. Здесь трудится команда высококвалифицированных специалистов, имеющих многолетний опыт деятельности в области подготовки кадров для авиапредприятий — как бортпроводников, так и наземного персонала.

На сегодняшний день широкий спектр услуг учебного центра включает в себя ряд различных курсов: первоначальной подготовки бортпроводников для обслуживания на внутренних и международных линиях; повышения квалификации для бортпроводников и авиаперсонала; переподготовки бортпроводников на иностранные типы воздушных судов; подготовки старших бортпроводников и бортпроводников-инструкторов; подготовки персонала по безопасной перевозке опасных грузов; тренажерной подготовки бортпроводников в зарубежных центрах по аварийно-спасательным работам (АСП); профессиональной психологии (CRM); профессионально-ориентированного английского языка; по обслуживанию пассажиров VIP-класса.

Теоретические занятия проводятся в специально оборудованных классах факультета сервиса, с использованием новейших компьютерных программ. Для получения навыков оказания первой доврачебной медицинской помощи используются тренажеры по отработке искусственного дыхания и методов реанимации, а также родовспоможения. Практические навыки обслуживания пассажиров отрабатываются в классе-салоне с применением самолетного оборудования.

Группы комплектуются из 12—15 слушателей, что дает наилучший эффект обучения и обеспечивает тесный контакт слушателя с преподавателем. Однако площади и оборудование классов позволяют разместить в них до 18 человек.

В Авиационном учебном центре работают инструкторы и преподаватели высокого класса. Профессионализм инструкторов оттачивался в процессе их работы в различных авиакомпаниях России, что в сочетании с базовыми знаниями, приобретенными в свое время в авиационных училищах, несомненно, дают хороший результат. Богатый опыт летной работы

оказывает неоценимую помощь преподавателям-инструкторам в их работе по обучению бортпроводников и авиаперсонала.

Залог успешной подготовки кабинных экипажей — отработка аварийных ситуаций и действий по выживанию в условиях автономного существования, что является обязательным требованием всех программ по обучению, переучиванию и курсов повышения квалификации бортпроводников. Кабинные экипажи проходят тренажерную подготовку на воздушных судах в зарубежном тренажерном центре «Sabenavita» (Литва), где отрабатываются практические навыки по аварийно-спасательным работам в условиях, приближенных к реальным. Это не только покидание воздушного судна на суше, но и спасение пассажиров на воде; тушение пожара с применением специального оборудования и ориентирование в задымленном пространстве обрабатываются на специальном тренажере.

Учебный материал, которым снабжаются слушатели во время занятий, может быть использован ими в дальнейшей работе.

Выпускники нашего Авиационного учебного центра с успехом трудятся во многих ведущих авиакомпаниях России — как на внутренних, так и на международных авиалиниях, обслуживают пассажиров в аэропорту «Храброво», профессионально подбирают и оформляют авиабилеты в авиакассах и турфирмах Калининграда и области, ближнего и дальнего зарубежья.

Е. А. Борисова,
студентка (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Исследование социально-психологического климата в группе (на примере будущих специалистов по сервису)

Независимо от возраста, социального положения и иных факторов люди участвуют в процессах взаимодействия и общения, в результате которых складываются различные взаимоотношения между ними.

Взаимоотношения — это субъективные связи, возникающие в результате взаимодействия людей и сопровождаемые различными эмоциональными и другими переживаниями (симпатиями и антипатиями) индивидов, в них участвующих [1].

Взаимоотношения реализуются с помощью оценочных суждений, эмоциональных переживаний и конкретного поведения. Оценочный компонент предполагает определение человеком того, что ему нравится или не нравится во взаимодействии с другими людьми. Эмоциональные переживания создают определенный настрой психики партнеров. А их поведение отражает или определяет дальнейшие перспективы продолжения или прекращения сотрудничества.

В деловых коллективах чаще всего складываются поверхностные взаимоотношения между его членами, т. е. товарищеские отношения или отношения знакомства, но нередко встречаются и дружеские отношения.

Коллектив — группа, совокупность людей, работающих в одной организации, на одном предприятии, объединенных совместной деятельностью [2]. По виду деятельности различают трудовые, учебные, военные, спортивные и другие коллективы.

Вступая в круг деятельности, общения других людей, мы входим в их психологическую атмосферу, за счет которой складывается психологический климат. В психологию понятие «климат» пришло из метеорологии и географии. Сейчас это установившееся понятие, которое характеризует невидимую, тонкую, деликатную, психологическую сторону взаимоотношений между людьми [3].

А. Н. Лутошкин считает, что психологический климат коллектива — это общий эмоциональный его настрой, в котором соединяются настроения людей, их душевные переживания и волнения, отношения людей друг к другу, к работе, к окружающим событиям. Главным, что образует психологический климат, является эмоциональное состояние или настроение коллектива [4].

Таким образом, под социально-психологическим климатом подразумевается преобладающая и относительно устойчивая

духовная атмосфера или психологический настрой коллектива, проявляющийся как в отношениях людей друг к другу, так и в их отношении к общему делу.

Социально-психологический климат как интегральное состояние коллектива включает в себя целый комплекс различных характеристик. Поэтому его невозможно измерить по какому-либо одному показателю. Разработана определенная система показателей, на основе которых оказывается возможным оценить уровень и состояние социально-психологического климата коллектива.

В качестве основных его характеристик выделяют следующие показатели [5]:

— удовлетворенность членов коллектива взаимоотношениями, процессом труда, руководством;

— преобладающее настроение;

— взаимопонимание и авторитетность руководителей и подчиненных;

— степень участия членов коллектива в управлении и самоуправлении коллективом;

— сплоченность;

— сознательная дисциплина.

Здоровый психологический климат — один из решающих факторов успешной жизнедеятельности человека во всех сферах общественных отношений, важнейшее условие формирования личности. Для того чтобы в коллективе был благоприятный психологический климат, должны соблюдаться следующие условия [6]:

— доверие;

— высокая требовательность членов группы друг к другу;

— доброжелательная и деловая критика;

— свободное выражение собственного мнения при обсуждении вопросов, касающихся всего коллектива;

— отсутствие давления руководителей на подчиненных и признание за ними права принимать значимые для группы решения;

— достаточная информированность членов коллектива о его задачах и состоянии дел при их выполнении;

— удовлетворенность принадлежностью к коллективу;

— высокая степень эмоциональной включенности и взаимопомощи в ситуациях, вызывающих состояние фрустрации у кого-либо из членов коллектива;

— принятие на себя ответственности за состояние дел в группе каждым из ее членов.

Немаловажную роль играет и психологическая совместимость в коллективе, которая является одним из факторов психологического климата. Под психологической совместимостью понимают способность к совместной деятельности, в основе которой лежит оптимальное сочетание в коллективе личностных качеств участников. Людям, похожим друг на друга, легче наладить взаимодействие. В основе психологической совместимости может лежать и различие характеристик по принципу взаимодополняемости. В таком случае говорят, что люди подходят друг другу «как ключ к замку». Условием и результатом совместимости выступает межличностная симпатия, привязанность участников взаимодействия друг к другу. Вынужденное общение с неприятным субъектом может стать источником отрицательных эмоций [7].

Нами было проведено исследование среди студентов 3-го курса факультета сервиса, специальности «Социально-культурный сервис и туризм», в котором была использована экспресс-методика по изучению социально-психологического климата в трудовом коллективе О.С. Михалюка и А.Ю. Шалыто.

Психологический климат понимается авторами как социально обусловленная, относительно устойчивая система отношений членов коллектива к коллективу как целому. Методика позволяет выявить эмоциональный, поведенческий и когнитивный компоненты отношений в коллективе. В качестве существенного признака эмоционального компонента рассматривается критерий привлекательности на уровне понятий «нравится — не нравится», «приятный — неприятный». При конструировании вопросов, направленных на измерение поведенческого компонента, выдерживался критерий «желание — нежелание работать в данном коллективе», «желание — нежелание общаться с членами коллектива в сфере досуга». Основ-

ной критерий когнитивного компонента — переменная «знание — незнание особенностей членов коллектива» [8].

Было опрошено 60 студентов; из них 10% юноши и 90% девушки. Возраст респондентов — от 18 лет до 21 года.

Участникам исследования предлагалось ответить на 8 вопросов анкеты, ответы которой были объединены в общую таблицу для дальнейших расчетов, т. е. далее выводилась средняя оценка каждого компонента по формуле:

$$\text{Ср. оценка} = [\text{Сумма (+)} — \text{Сумма (–)}] / n,$$

где сумма (+) — количество положительных ответов, содержащихся в столбце,

сумма (–) — количество отрицательных ответов, n — число студентов, принявших участие в исследовании.

Результаты проделанных расчетов были сопоставлены со шкалой, предложенной разработчиками экспресс-методики:

Шкала оценки социально-психологического климата

Средняя оценка	Характеристика социально-психологического климата
От –1 до –0,33	Отрицательный, неблагоприятный
От –0,33 до +0,33	Противоречивый, неопределенный
От +0,33 до +1	Положительный, благоприятный

По результатам, представленным в таблице, было установлено, что социально-психологический климат в данном коллективе находится на неопределенном, противоречивом уровне, приближенном к благоприятному.

Одной из причин полученного результата может быть то, что студенты на курсе разделены на три группы, члены которых в основном общаются и взаимодействуют в рамках своей группы. Следует учитывать и то, что исследование проводилось в начале учебного года, и группы, сформировавшиеся на

предыдущих двух курсах, в результате разделения на 3-м курсе на специализации, изменились. Студенты в новых группах только начинали изучать друг друга, ежедневно общаясь между собой. Поэтому в измененных группах социально-психологический климат находился на стадии формирования.

Для того чтобы узнать, изменился ли психологический климат в коллективе к концу учебного года, мы провели повторное анкетирование. В итоге выявили, что один из составляющих компонентов климата изменился в положительную сторону, а другой — в отрицательную.

Рассмотрим и сравним значения компонентов социально-психологического климата подробнее.

По результатам первого анкетирования наивысший показатель был у поведенческого компонента, который характеризует желание студентов работать в данном коллективе, общаться с членами коллектива (курса) в свободное время. Но к концу года данный показатель снизился и оказался самым низким из всех. Это может означать только то, что большинство студентов устали друг от друга. Значительное влияние здесь оказывает и процесс обучения, т. е. совместное выполнение заданий, сдача зачетов, экзаменов и т. д., что могло создавать ситуации разногласий между студентами, а отсюда, возможно, и конфликты. Но, как правило, такие конфликты разрешаются сами собой, после некоторого отдыха, каникул.

Наименьшее значение при первом анкетировании показал когнитивный компонент, но повторное анкетирование дало иной результат: значение когнитивного компонента повысилось. Это означает, что в течение года члены коллектива смогли более детально узнать и изучить личностные и деловые качества друг друга.

Эмоциональный компонент остался единственным неизменным показателем на протяжении всего исследования, т. е. отношение студентов друг к другу на уровне «нравится — не нравится» сохранилось прежним, не ухудшилось, несмотря на возможные негативные ситуации в отношениях между ними. И это большой плюс, ведь респондентам предстоит еще несколько лет совместного обучения.

Поддержание и улучшение показателей вышеперечисленных признаков способствует наиболее эффективной совместной деятельности, согласованности в разделении полномочий, удовлетворенности в работе (учебе) и в целом благоприятному социально-психологическому климату.

Список литературы

1. *Крысько В. Г.* Психология и педагогика. Завтра экзамен. СПб., 2007.

2. *Коллектив.* URL: http://ru. wikipedia. org (дата обращения: 25.10.2010).

3. *Социально-психологический* климат. URL: http://psylist. net/ socpsy/ 00038.htm (дата обращения: 17.10.2010).

4. *Овчарова Р. В.* Технологии работы школьного психолога с педагогическим коллективом. Курган, 2006.

5. *Аникеева Н. П.* Психологический климат в коллективе. М., 1989.

6. *Психологический* климат коллектива. URL: http://psychology. az/habitat. php (дата обращения: 26.10.2010).

7. *Жданов О. И.* Социально-психологический климат в коллективе. URL: www. elitarium. ru (дата обращения: 17.10.2010).

8. *Методики* изучения внутригрупповых отношений. URL: http://www. booksite. ru/fulltext/tes/ty2/psy/hol/ogy/1.htm (дата обращения: 17.10.2010).

О. А. Шевченко,
студентка (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Психологические зависимости студентов факультета сервиса

В современном мире нет ни одного человека без зависимостей. Мы можем страдать, даже если всего лишь оставили дома мобильный телефон.

В психологии уделяется большое значение проблемам отклоняющегося поведения человека. Недовольство реальной

жизнью и желание уйти от нее — одна из сложнейших проблем человеческой жизни. Однако формы и способы ухода от действительности чрезвычайно разнообразны и нередко носят патологический характер. Одной из таких форм является аддиктивное поведение, когда жизнь человека, его состояние и поведение начинают жестко зависеть от различных факторов — наркотиков, алкоголя, еды, работы, секса, азартных и компьютерных игр и др. [4].

Мало кто задумывается над тем, что проблема психологической зависимости сегодня оказалась едва ли не самой запутанной и трудноразрешимой из всех стоящих перед человечеством затруднений. Зависимость в широком смысле слова — это та или иная форма рабства, ограничивающая возможности человека и умаляющая его способность к саморазвитию [1].

Любая из известных зависимостей, будь то тяжелая наркомания либо патологическая ревность, оказывается непреодолимой преградой на пути человека к полной самореализации, именуемой счастьем [3]. Зависимости — это психологические причины всевозможных личных катастроф и заболеваний. Они представляют собой самые прочные цепи, удерживающие человеческий разум в постыдном плену [2]. Обществу зависимости его членов обходятся значительно дороже, чем самые смертоносные эпидемии и стихийные бедствия. Они похищают у людей время полноценной жизни, энергию и здоровье, мешают развиваться, препятствуют осуществлению заветных желаний. Часто зависимости забирают у людей саму их жизнь — в прямом смысле слова.

Людям, работающим в сфере сервиса и туризма, необходимо каждый день решать самые разные задачи, общаться с разными людьми, вести переговоры, и ничто не должно быть преградой между сотрудником и клиентом. Зависимости же становятся своеобразной преградой, которая не позволяет сотрудникам сервиса справляться со своей работой.

Нами было проведено исследование на 3-м и 5-м курсах факультета сервиса специальности «Социально-культурный сервис и туризм»: опрошено 120 человек, из них 105 девушек и 15 юношей.

Мы определяли зависимости студентов и классифицировали их на основе методики Г. В. Лозовой «Диагностика склонностей» [5]. В методике все зависимости разделены на 13 категорий: алкогольная, телевизионная, любовная, игровая, сексуальная, пищевая, религиозная, трудовая, лекарственная, компьютерная, табачная, зависимость от здорового образа жизни, наркотическая.

На основе результатов исследования были сделаны следующие выводы.

1. Более всего студенты подвержены телевизионной зависимости, это объясняется тем, что после учебы большая часть юноше и девушек проводят время дома; сказывается здесь и экономический фактор, и уровень развития сферы развлечения в городе.

2. На втором месте — сексуальная зависимость, этому есть прямое объяснение — возраст.

3. Третье место заняли алкогольная, пищевая и наркотическая зависимости, что связано с возрастом и образом жизни современных студентов.

О свободах юридических и политических в обществе говорится много, но почти не уделяется внимание свободе духовной, свободе психологической, то есть свободе от зависимостей. Психофизиологическая суть аддиктивного поведения заключается в неумении управлять своим психоэмоциональным тонусом. Человек хочет взбодриться, поработать или порадоваться, а его организм не испытывает склонности к такого рода реагированию на не впечатляющие обстоятельства жизни или вызывающие пессимизм условия труда. Человек хочет быть бодрым и подтянутым, а груз депрессивных переживаний ослабляет и апатизирует его.

А Вы от чего зависите?

Список литературы

1. *Беседин А. Н.* Книга практического психолога: в 2 ч. Харьков, 2006. Ч. 2.

2. *Гамезо М. В.* Атлас по психологии. М., 2008.

3. *Психология*: словарь / под ред. А. Петровского. М., 2006.
4. *Ребер А. С.* Большой психологический словарь. М., 2008.
5. *Словарь* практического психолога / сост. В. Б. Шапарь. М., 2006.

О. А. Шевченко,
студентка (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)
Е. П. Мутавчи,
соискатель (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Поведение будущих специалистов сервиса в экстремальной ситуации

Иногда маловероятное стечение обстоятельств приводит к непредсказуемым последствиям. Анализ происшедших событий показывает, что в большинстве случаев мы поступали не лучшим образом, не представляя возможных последствий своих действий. Одна из ошибок — переоценка своих возможностей, другая крайность — неуверенность в себе. Неосторожный, неуверенный и неподготовленный человек — это уже потенциальная жертва.

В экстремальной ситуации надо уметь различать опасности действительные и мнимые; принимать быстрые решения; уметь оценивать людей; постоянно контролировать себя, правильно определять свои возможности и пытаться найти выход даже из безнадежной ситуации. Человечеством давно были сформулированы правила личной безопасности [4]:

— предвидеть,
— по возможности избегать,
— при необходимости действовать.

Для предвидения опасности необходимо знать и учитывать факторы риска, имеющегося в нашей жизни. Пока человек находится в привычной для него обстановке, его поведение носит обычный характер. Но как только он попадает в сложное

или опасное положение, с ним могут происходить порой самые невероятные вещи. В экстремальной ситуации многократно возрастают психологические нагрузки, меняются поведенческие реакции, снижается критичность мышления, нарушается координация движений, понижаются внимание и восприятие окружающей действительности, меняются эмоциональные реакции.

У многих страх перед насилием намного выше реального риска подвергнуться нападению. На почве страха появляется чувство тревоги, которое может перерасти в ужас с его физическими последствиями: слабость, неподвижность или паническое бегство. Страх может сопровождаться истерической реакцией — паникой с соответствующим поведением. Такое состояние затрудняет поиск выхода из экстремальной ситуации, вызывает чувство безнадежности и отказ от активного сопротивления, от борьбы за свою жизнь [4].

Реакция на угрозу может быть различной:

— утрата контроля над собой, дезорганизация поведения;

— резкое торможение активных действий;

— повышение эффективности действий, быстрое принятие решений.

Дезорганизация поведения может проявиться в неожиданной утрате ранее приобретенных навыков, которые, казалось, были доведены до автоматизма. Резкое торможение действий характеризуется тем, что экстремальная ситуация может вызывать состояние ступора (оцепенения). Повышение эффективности действий при возникновении подобной ситуации выражается в мобилизации всех ресурсов человеческого организма на ее преодоление. При этом наблюдается четкость восприятия и оценки происходящего, совершаются адекватные ситуации действия.

Работа в сфере сервиса и туризма подразумевает непредвиденные, а порой и экстремальные ситуации. Человек, трудящийся в этой сфере, должен уметь выходить из них с достоинством.

Исследованием были охвачены студенты 5-го курса факультета сервиса, специальности «Социально-культурный сер-

вис и туризм» — всего 95 человек. Тест проводился перед государственным экзаменом, поэтому все испытуемые находились в определенном стрессовом состоянии.

Использовалась следующая методика: для исследования поведения студентов в экстремальной ситуации применялся тест Е. Н. Горячкина «Ваше поведение в экстремальной ситуации»[5]. Испытуемым предлагалось дорисовать картинку со своим вариантом развития событий.

Исследование показало, что значительная часть студентов в экстремальной ситуации скованны в разговорах, но поведение их — четкое и корректное, таких оказалось 45 % испытуемых; 25 % стараются заменить страх другими эмоциями — смех, разговоры; 13 % начинают анализировать свои поступки и просчитывать все дальнейшие варианты развития событий; 10 % впадают в панику, пытаясь найти поддержку; 7 % не испытывают чувства страха вообще, все события они воспринимают как само собой разумеющееся и неизбежное.

Работа выпускников факультета сервиса подразумевает каждодневные столкновения с непредвиденными ситуациями, и от поведения в них зависит успех как самого человека, так и предприятия в целом.

Список литературы

1. *Психология*: словарь / под ред. А. Петровского. М., 2006.

2. *Ребер А. С.* Большой психологический словарь. М., 2008.

3. *Словарь* практического психолога/ сост. С. Ю. Головин. М., 2007.

4. *Словарь* практического психолога / сост. В. Б. Шапарь. М., 2006.

5. *Психология* для жизни: http://www. inha. ru/-/349114/441660/-/g5rn4yz/-/index. html (дата обращения: 11.02.2010 г.).

ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В СФЕРЕ СЕРВИСА

А. О. Беликова,
аспирантка (СПбГАСУ, Санкт-Петербург)

Экспертная система в дорожно-транспортной системе города

В настоящее время в мировой практике во всех сферах деятельности все чаще используются различные автоматизированные системы, но и их уже становится недостаточно. Для решения различных социальных проблем сейчас становятся необходимы более совершенные информационные компьютерные методы и модели. В связи с этим растет популярность экспертных систем (ЭС). И если раньше они использовались в основном в области высоких технологий, то теперь в их создании заинтересованы многие отрасли, в том числе и органы власти различных уровней, а для разработки ЭС приглашаются различные эксперты.

Что же представляет собой экспертная система? В целом это достаточно успешное использование технологий искусственного интеллекта. Профессор Э. Фейгенбаум из Стэнфордского университета, один из первых исследователей технологии экспертных систем, определил понятие экспертной системы как «интеллектуальной компьютерной программы, в которой используются знания и процедуры логического вывода для решения задач, достаточно трудных для того, чтобы требовать для своего решения значительного объема экспертных знаний человека» [1, с. 33]. Но самое понятное для всех объ-

яснение дал К. Нейлор. По его словам, под ЭС понимается система, объединяющая возможности компьютера со знаниями и опытом эксперта в такой форме, что система может предложить разумный совет или осуществить разумное решение поставленной задачи. Дополнительно желаемой характеристикой такой системы, которая многими рассматривается как основная, является способность системы пояснять (по требованию) ход своих рассуждений в понятной для спрашивающего форме [2, с. 9]. Таким образом, экспертная система — это компьютерная система, которая эмулирует способности эксперта к принятию решений. Термин «эмулирует» означает, что экспертная система обязана действовать во всех отношениях как эксперт-человек [1].

Опыт применения экспертных систем можно — в той или иной мере — найти в каждой отрасли человеческой деятельности, имеющей определенный понятийный аппарат, или так называемой предметной области, т. е. в отдельно взятом узкоспециальном направлении деятельности со своими проблемами. Так, сегодня ЭС активно используются в нефтедобывающей отрасли и медицине: например, MYCIN, способная ставить диагноз, или DIPMETER, которая анализирует строение отобранных пород на наличие нефти. Кроме того, в ЭС очень заинтересована транспортная отрасль для управления железнодорожным, воздушным и другими высококомпьютеризированными видами транспорта. То есть экспертная система как таковая призвана принимать решения без постоянного участия человека (эксперта), а в будущем и вовсе заменить инженера-исследователя. Отсюда и актуальность этой технологии: при помощи ЭС возможно не только снизить прямые расходы на содержание «лишней» рабочей силы, но увеличить объективность и правильность принятия решений, основанных на комплексной оценке всех полученных данных.

На автомобильном транспорте применение ЭС в сфере управления транспортным средством также имеет широкое применение. У экспертных систем множество направлений развития в этой области, но мы рассмотрим только управление

транспортными системами и оценку их эффективности, так как это как раз та область, в которой уже имеется предварительная база. Для управления транспортными системами в России обычно используются автоматизированные системы управления дорожным движением (АСУДД). Такой метод оптимизации движения транспортных потоков достаточно эффективен при комплексном использовании на всей протяженности дорожной сети. При использовании на заданном участке она действительно улучшает показатели его эффективности, но те же самые показатели заметно снижаются на всех прилегающих дорогах. Такой эффект связан с несовершенством автоматизированных систем, т. е. в отличие от интеллектуальных они не способны анализировать текущую ситуацию и прогнозировать возможные последствия или изменения. Особенно неэффективны стандартные модели АСУДД в городах с радиально-кольцевой структурой, где очень ограничены возможности объезда, а любые изменения в движении транспортных потоков должны быть просчитаны. Таким образом, использование АСУДД на отдельных участках дорожно-транспортной системы нерационально без дополнительного программного обеспечения (ПО), которое могло бы проанализировать возможные риски и смоделировать ситуацию в будущем. К такому программному обеспечению как раз и относятся ЭС.

Конфигурация улично-дорожной сети Калининграда представляет собой радиальную схему, одну из самых неудачных для рациональной организации движения. Она включает несколько магистральных направлений, проходящих через центр к окраинам. Такая схема характерна для старых маленьких городов, где был необходим развоз товаров от торгового центра [3].

Именно эта особенность в построении городских дорог и является источником транспортных проблем. Радиальная схема путей сообщения делает необходимым движение через центр города при перемещении из одного периферийного района в другой, что приводит к перегрузке центрального транс-

портного узла, т. е. движение, особенно в часы пик, в центре города и на подходах к нему сильно затрудняется. Ситуация усугубляется тем, что маршруты пассажирского транспорта также проходят через центральную часть города; это добавляет ко всему прочему еще и огромный пассажиропоток, так как общегородской центр — один из важнейших фокусов тяготения. Радиальная схема подразумевает расхождение магистральных направлений к внешним границам города, из-за чего плотность дорожной сети в центре достаточно высокая, а к окраинам постепенно снижается, что сильно затрудняет объезд и зачастую исключает возможность выбора альтернативного направления.

Кроме того, большинство улиц в Калининграде относится еще к исторической застройке, что сильно осложняет их реконструкцию, а чаще всего делает ее невозможной. Так, большинство улиц очень узкие и имеют по одной полосе в каждую сторону с минимальной шириной 3,5 м. Конечно, этого слишком мало для постоянно растущего уровня автомобилизации и разного состава транспортных потоков, где достаточно большая доля грузового транспорта, включая транзитный.

По уровню автомобилизации Калининградская область всегда занимала лидирующие позиции в стране, но из-за невозможности расширения транспортных магистралей это приводит к перегрузке транспортной сети, снижению скорости движения, увеличению его задержек, а следовательно, к экономическим потерям.

По состоянию на на 1 января 2010 года на каждую 1000 жителей России зарегистрировано 230 легковых автомобилей, то есть автомобиль есть почти у каждого четвертого россиянина. Такие данные приводит аналитическое агентство «Автостат», подчеркивая, что годом ранее этот показатель был 225 автомобилей. Калининградская же область давно преодолела отметку в 300 автомобилей на 1000 жителей [4]. Каким ожидается рост этого показателя, говорят цифры, приведенные в таблице.

Ожидаемый рост автомобилизации населения Калининграда [5] (прогноз)

Год	Уровень автомобилизации, легк. авт./1000 жителей	Уровень автомобилизации по отношению к 2007 году, %
2012	383	128
2013	402	134
2014	422	141
2015	443	148
2016	465	155
2017	489	163
2018	513	171
2019	539	180
2020	566	189

Учитывая эту тенденцию, можно сделать вывод, что уже к 2015 году, не говоря о 2020-м, автомобильное движение в Калининграде станет практически невозможным, а уровень загруженности — катастрофическим. Так, интенсивность движения магистральных направлений может достигнуть 7500 автомобилей в час на четырехполосной дороге [6].

Таким образом, возникает острая необходимость модернизации транспортной сети Калининграда без реконструкции и других радикальных мер. В этом случае как раз оптимально применение экспертной системы, например для управления АСУДД. Сейчас она уже установлена, но еще не внедрена.

При создании ЭС по оценке эффективности дорожно-транспортной системы города необходимо сначала извлечь массив задач, решаемых специалистами (экспертами) в этой области. При разработке транспортной системы города должно быть обеспечено:

1) согласованное взаимодействие всех видов транспорта;

2) максимальное удовлетворение транспортных потребностей;

3) минимизация затрат на передвижение.

Под затратами здесь понимаются не только денежные расходы, но и потери времени от нерациональной организации транспортных потоков.

А основной задачей развития и функционирования транспортной системы города является достижение соответствия между отдельными ее подсистемами с учетом удовлетворения потребностей населения и всех отраслей хозяйства, т. е. в первую очередь соответствия между параметрами магистральной сети и транспортной нагрузки [7]. В данном случае рассматривается подсистема управления, которая связывает эффективность функционирования транспорта с соблюдением требований безопасности дорожного движения и экологии.

Дорожно-транспортная система каждого города имеет определенный спектр рисков, под которыми понимаются ее текущие недостатки. Для всех задач необходимо вычленить риски и определить полный спектр возможных сбоев. Чаще всего для существующей транспортной системы эти проблемы являются фундаментальными, и на их решение направлены все силы. Здесь и возникает необходимость создания ЭС. Именно она способна учитывать все сбои и корректировать работу транспортной системы при возникновении любого из них.

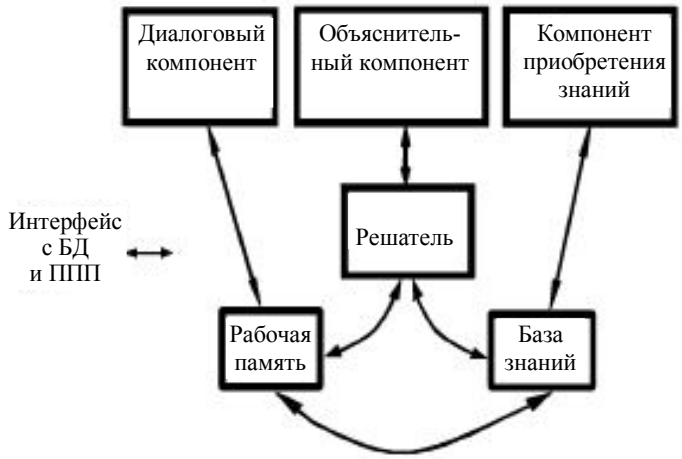
В РФ практически для любой дорожно-транспортной системы города матрицу основных рисков можно представить следующим образом:

Риски	Меры парирования
Увеличение плотности транспортного потока и снижение скорости движения	Комплексное снижение рекомендуемой скорости движения на всем протяжении дороги
Образование заторов	Рассредотачивание потоков в пространстве
Часы пик	Рассредотачивание потоков по времени
Активное повышение уровня автомобилизации, опережающее развитие транспортной сети	Разделение транспортных потоков по видам и полосам движения
Отсутствие резерва пропускной способности улично-дорожной сети города	Выделение зон ограниченного въезда

Рост аварийности на определенных участках	Уменьшение числа конфликтных точек путем координации движения: запрет поворотов, реверсивное одностороннее движение для встречных потоков
Вынужденное сужение дороги из-за занятой парковкой или поломкой правой полосы	Перенаправление потоков по альтернативным путям, ограничение въезда в определенные зоны в зависимости от характеристик транспортного средства

Структуру ЭС в данном случае можно представить как систему, преобразующую цели в результат. Относительно дорожно-транспортной системы на входе имеются следующие цели: откорректировать организацию движения в городе для максимизации эффективности. Под массивом задач здесь подразумевается ликвидация всех типов рисков.

Статическая экспертная система схематично выглядит следующим образом [8].



Для создания экспертной системы по оценке эффективности дорожно-транспортной системы города необходимо сна-

чала «обучить» ее, т. е. занести в базу данных все характеристики транспортных потоков, методы оценки эффективности функционирования, а также способы решения возникших проблем.

Аналитический аппарат решения представляет собой анализ входящих числовых данных, на основе чего производится расчет текущих параметров транспортного потока и устанавливается их соответствие эффективным. Затем (в зависимости от полученных показателей) выполняется поиск причины затруднения и выбор метода его устранения.

При необходимости система может дать запрос на использование диалогового компонента, чтобы пополнить базу знаний в текущем режиме для решения проблемы, не рассматривавшейся ранее, для которой решателем не был создан определенный набор правил и направлений действий.

В качестве критериев эффективности исследуемой структуры можно использовать весь набор показателей, используемых для анализа качества функционирования транспортной системы. К экономическим показателям относятся:

1) внетранспортные эффекты: снижение издержек у пользователей, ускорение оборачиваемости средств у клиентов, уменьшение потерь грузов и времени нахождения в пути пассажиров;

2) эффект от сокращения затрат времени на передвижения;

3) эффект от снижения транспортной усталости;

4) эффект от снижения количества ДТП;

5) эффект улучшения состояния окружающей среды [7].

Технические критерии включают:

1) соотношения между удельным временем движения и временем остановки для различной транспортной нагрузки;

2) энергетические критерии: шум ускорения, градиент скорости, градиент энергии (эти критерии оценивают основные свойства дорожного движения — стабильность режима движения и задержки движения);

3) коэффициент загруженности — соответствие интенсивности транспортных потоков уровню пропускной способности;

4) плотность потоков движения [9].

Именно на основании этих критериев можно оценивать работу не только транспортной, но и самой экспертной системы. При правильном использовании она способна максимизировать все экономические эффекты и практически без участия экспертов и специалистов координировать работу улично-дорожной сети города при помощи различных технических средств организации дорожного движения, таких как, например, электронные знаки и устройства светофорного регулирования.

Список литературы

1. *Джарратано Д., Райли Г.* Экспертные системы: принципы разработки и программирование, 4-е изд. / пер. с англ. М., 2007.

2. *Нейлор К.* Как построить свою экспертную систему / пер. с англ. М., 1991.

3. *Фишельсон М.С.* Городские пути сообщения: учеб. пособие для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М., 1980.

4. *24AUTO. RU* автожизнь в Красноярске. URL: http://www.24auto. ru/

5. *Научно-исследовательский* отчет по договору «Сопровождение развития городской транспортной инфраструктуры для обеспечения внедрения автоматизированной системы управления дорожным движением в г. Калининграде». Анализ городской транспортной системы г. Калининграда. Калининград, 2010.

6. *ECAT-Калининград*: информационный отчет по международному проекту «Загрязнение воздуха в Калининграде, вызванное транспортом: моделирование системы, внедрение и проверка». Калининград, 2010.

7. *Сафронов Э.А.* Транспортные системы городов и регионов: учеб. пособие. М., 2005.

8. *Татжибаева О.А.* Разработка экспертных систем: методические указания к расчетно-графическим работам по дисциплине «Системы искусственного интеллекта». Оренбург, 2005.

9. *Пугачев И. Н.* Организация и безопасность движения: учеб. пособие. Хабаровск, 2004.

К. А. Бондаренко,
студент (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Разработка рекомендаций по применению средств улавливания паров легких нефтепродуктов на нефтебазах

В настоящее время нефтебазы имеют очень большой оборот легких нефтепродуктов. Требуется новое оборудование, которое позволит снизить их потери, тем самым увеличив экономическую и экологическую эффективность работы.

В современном мире для хранения нефтепродуктов в основном используют вертикальные стальные резервуары (РВС). Они имеют низкую экологическую эффективность и довольно большие потери легких фракций нефтепродуктов при большом и малом дыханиях. Ориентировочные данные о потерях одного резервуара при заполнении на 90 % представлены в таблице 1.

Таблица 1

Потери бензина от одного малого дыхания

Тип резервуара	Потери бензина от одного малого дыхания, кг
РВС-200	2,89
РВС-300	3,71
РВС-400	4,12
РВС-700	5,65
РВС-1000	6,65
РВС-2000	15,05
РВС-3000	19,23
РВС-5000	23,65

Исходя из данных таблицы 1, получим следующие значения потерь нефтепродуктов для классов нефтебаз (табл. 2).

Таблица 2

Экономическая оценка потерь нефтепродуктов

Класс нефтебазы	Максимальный объем резервуара, т	Вместимость нефтебазы, т	Потери бензина от одного малого дыхания, кг	Денежные потери за год, тыс. рублей
IIIв	700	2000	18,31	222,77
IIIб	2000	10000	75,25	915,54
IIIа	5000	20000	94,6	1150,97
II	—	100000	473	5754,83
I	—	>100000	>473	>5754,83

Основные средства, применение которых возможно на РВС: понтоны, плавающие крыши (ПК), диски-отражатели, газоуравнительные системы (ГРС), системы рекуперации паров (УРП) [1].

Понтоны и плавающие крыши — эффективные средства по снижению потерь легких нефтепродуктов из резервуаров [2]. У них приемлемая цена, но они имеют ряд существенных недостатков: потопление и заклинивание ПК и понтонов из-за перекоса направляющих труб, повышенные эксплуатационные затраты и снижение эффективности при низкой оборачиваемости резервуара.

Диск-отражатель уменьшает влияние вынужденной конвекции при испарении нефтепродукта с поверхности резервуара, так как с помощью диска-отражателя изменяется направление входящего в резервуар воздуха с вертикального на горизонтальный. Диск имеет малую стоимость, но и, соответственно, низкие показатели эффективности.

Газоуравнительная система состоит из газгольдеров, компрессоров, сборника конденсата и насоса [1]. Имеет ряд основных преимуществ: простота в эксплуатации, низкая стоимость и высокая надежность. Из недостатков можно отметить большую занимаемую площадь и относительно низкую эффективность.

Установка рекуперации паров состоит из двух активированных углеродных фильтров, один из которых соединен с газоуровнительной системой — «режим адсорбции», а другой находится в процессе вакуумной регенерации [3]. Активированный углерод обладает чрезвычайно большой площадью поверхности по отношению к объему, и углеводороды адсорбируются в очень тонком поверхностном слое углерода. Углерод может адсорбировать лишь определенное количество углеводородов до наступления насыщения. Если насыщение происходит в фильтре, то пары проходят через него необработанными. Следовательно, для восстановления производительности углерода требуется его регенерация, что обеспечит эффективную адсорбцию углеводородов в последующем цикле [2]. Система имеет наивысшую эффективность, но и ряд серьезных недостатков: раз в год необходимо менять уголь, высокая стоимость, сложность в эксплуатации.

В таблице 3 представлены данные по всем перечисленным методам и возможная прибыль, вычисленная по данным таблицы 2.

Таблица 3

Сводная таблица по средствам улавливания паров легких нефтепродуктов

Средство улавливания	Эффективность,%	Сроки окупаемости, мес	Возможная годовая прибыль для класса нефтебазы, тыс. рублей				
			IIIв	IIIб	IIIа	II	I
Понтон	92	6—8	204,95	842,30	1058,89	5294,44	>5294,44
Плавающая крыша	95	8—10	211,63	869,76	1093,42	5467,09	>5467,09
Диск-отражатель	60	1	133,66	549,32	690,58	3452,90	>3452,90
Газоуравнительная система	70	2—3	155,94	640,88	805,68	4028,38	>4028,38
Система рекуперации паров	98	10—14	218,31	897,23	1127,95	5639,73	>5639,73

Проанализировав данные таблицы 3 в соответствии с классом нефтебаз, можно рекомендовать использовать:

— для класса IIIв — диски-отражатели, так как газоуравнительная система требует наличия большой территории, а остальные методы имеют значительные сроки окупаемости;

— для классов IIIб и IIIа — понтоны или плавающие крыши, так как диски-отражатели и ГРС малоэффективны, а УРП нецелесообразно применять в связи с их недостатками;

— для классов II и I — системы рекуперации паров, так как для таких нефтебаз основным показателем является эффективность.

Список литературы

1. *Информационный* портал Engineering group corporation. URL: http://neftebazaua. narod. ru

2. *Нефтегазовый* форум. URL: http://www. oilforum. ru/

3. *Компания* “Jordan Technologies“. URL: http://ru. jordantech. com

М. В. Быковская,
студентка (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Анализ мероприятий по сокращению времени на строительство линейной части газопровода в Калининградской области

В современном мире чрезвычайно важную роль играет своевременная доставка энергоносителей к потребителю. Один из ведущих энергоносителей, транспортируемых в рамках Европы и поставляемых на внешний рынок Россией, газ.

Современные технологии по строительству газопроводов во многом ушли вперед по сравнению с теми технологиями и методами (1970—1980-х годов), на базе которых осуществлялось строительство основной части европейской газовой сети.

Калининградская область — небольшой, но стратегически важный энергозависимый регион, снабжение которого газом осуществляется через ветку магистрального газопровода «Каунас—Калининград». Данная ветка газопровода устарела и требует не только ремонта, но и дополнительного строительства смежных веток, транспортирующих газ, поскольку даже в случае ремонта ветка газопровода не обеспечивает пропускные мощности, необходимые для региона.

Существуют три основных направления, из которых может быть доставлен газ в область:

1) от газопровода «Ямал—Европа»;

2) от газопровода «Северный поток»;

3) параллельным лупингом существующему газопроводу.

Временны́е затраты на строительство отвода от газопровода «Северный поток» будут существенно ниже, чем на строительство отводов от двух других вышеуказанных газопроводов. Это в первую очередь связано с уменьшением трудоемкости работ, увеличением мощностей по прокачке газа, географическим положением строящегося подземного хранилища газа (ПХГ).

Рассмотрим различные мероприятия, позволяющие сократить сроки выполнения строительных работ линейной части газопровода без ухудшения показателей его надежности и качества:

1) совершенствование существующих (применение новых) технологий при строительстве линейной части магистрального газопровода;

2) совершенствование процессов транспортировки, складирования и контроля (максимальное совмещение по времени, заказ точно необходимого числа материальных ресурсов, точное время их доставки);

3) современные методы диагностирования и своевременное выявление проблемных участков сооружаемого магистрального газопровода позволяют вести непрерывный контроль

за ходом технологического процесса и качеством выполняемых работ;

4) соблюдение параллельности выполняемых работ: одновременное выполнение нескольких операций позволяет сократить цикл.

Конкретные мероприятия для строительства наземных газопроводов («Ямал — Европа» — ПХГ, «Каунас — Калининград», вторая очередь)

Во-первых, при выполнении работ по строительству линейного участка газопровода за основу должен быть принят ***поточно-расчлененный метод*** с глубоким разделением операций, которые сбалансированы по времени их выполнения. Особенно это относится к важнейшему звену строительства — сварочно-монтажным работам, так как они определяют темп строительства.

Данный метод применяется на равнинном участке с использованием высокопроизводительных автоматизированных комплексов, что обеспечивает высокое качество и скорость сварочно-монтажных работ.

В результате проведенного глубокого разделения вспомогательных работ, сокращения времени на их выполнение за счет увеличения числа рабочих можно добиться превышения паспортной производительности автоматической сварки с 70 до 125 стыков и более в смену.

Во-вторых, необходимо использовать технологию ***горизонтальнонаправленного бурения (ГНБ)***, позволяющую прокладывать газопровод в недоступных местах при производстве работ обычным открытым способом, под дорогами, реками, насыпями и оврагами.

Специальной буровой установкой в поверхностном слое земли (на глубине до 20 м) производится направленное бурение скважины небольшого диаметра по заданной траектории. Затем скважину расширяют до требуемого диаметра, позволяющего проложить газопровод, и протаскивают плеть газопровода (заранее сваренного и испытанного).

Оборудование для этого полностью размещается на одном трейлере, мобильно, автономно и транспортируется на любое расстояние к месту проведения работ. Монтаж на объекте занимает 2—4 часа. Бестраншейная технология позволяет прокладывать трубы из стали или полиэтилена. При этом сроки производства работ сокращаются в 5 раз и более.

Конкретные мероприятия для строительства подводных газопроводов («Северный поток» — ПХГ)

Во-первых, следует использовать ***открытый способ укладки газопровода.*** При его строительстве будут применяться трубы, покрытые снаружи бетонной рубашкой для противодействия плавучести (1 м трубы покрывают 1 т бетона). Длина каждой трубы составляет 12 м. На борту трубоукладочного судна две трубы сваривают в двухтрубки (длина становится 24 м) и передают на линию непрерывной сварки. Время сварки на судне составляет 5—7 мин (на суше — 30 мин). После приварки очередной секции длиной 24 м судно продвигается вперёд на такое же расстояние (24 м). Производительность укладки — до 3 км газопровода ежедневно. Трубопровод укладывается на морское дно открытым способом.

Во-вторых, все сварные соединения (100 %) должны подвергаться ***испытаниям на дефектность автоматическим ультразвуковым контролем*** немедленно после сварки и охлаждения стыка потоком воды.

Ультразвуковые искатели расположены разноориентированно к объему металла сварного шва; они прозвучивают все его сечение и околошовную зону. Компьютерная программа оценивает наличие дефектов, их размеры и расположение в пространстве. Контроль выполняется путем автоматизированного перемещения сканирующего устройства вдоль трубы по ее внешней поверхности. Производительность — 7 м/мин.

В заключение можно сказать, что самым оптимальным проектом по дообеспечению газом Калининградской области

является отвод от газопровода «Северный поток». Это связано с его современностью и высокой пропускной способностью, с меньшими затратами времени и трудоемкостью. Кроме анализа временных затрат и управленческих решений, современных технологий для уменьшения сроков строительства необходимо учесть ряд различных факторов, которые также влияют на затраты времени, стоимость и трудоемкость при строительстве линейной части газопровода.

Т. Г. Кошоридзе,
студентка (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Исследование проблем функционирования фильтрационного газового оборудования на базе КС «Краснознаменск»

В нашем регионе на данный момент чрезвычайно важную роль по обеспечению поставок газа играет компрессорная станция (КС) «Краснознаменск». Из-за высокой степени износа магистрального газопровода чрезвычайно остро в последние несколько лет стоит проблема фильтрации поступающего на КС газа. Цель данного исследования — рассмотреть существующие проблемы по прокачке газа через КС и одновременно разработать и предложить пакет мер по увеличению ресурса надежности и долговечности газового фильтрационного оборудования. Для этого необходимо оценить эффективность внедрения новых методов диагностирования и ремонта газовых фильтров на компрессорной станции «Краснознаменск» и решить следующие задачи:

— описать устройство газокомпрессорной станции и привести общую схему работы фильтрационного оборудования;

— проанализировать эффективность работы фильтрационного оборудования компрессорной станции «Краснознаменск»;

— предложить технологии по диагностике и повышению надежности газовых фильтров;

— оценить эффективность применения данных технологий на базе КС «Краснознаменск».

На КС «Краснознаменск» функционируют два газоперекачивающих агрегата типа ГПА-4РМ. Газ, поступающий по трубопроводу, проходит через систему фильтрации и попадает в компрессорные установки. Высокая степень износа магистрального газопровода вызывает появление большого количества абразивных частиц в потоке газа, что приводит к выходу из строя фильтров на КС и поломке лопастей (что означает увеличение скорости газа) компрессорного оборудования.

Существует несколько видов фильтров, в частности угловой сетчатый и волосяной фильтры. На одном из агрегатов ГПА-4РМ применяется угловой фильтр, а на другом — угольный фильтр двуступенчатой очистки (его компановка примерно схожа с волосяным, только в кассете вместо волоса или капрона стоят угольные пластины). Однако степень фильтрации при использовании данных фильтров недостаточна, поскольку отмечается не только их частый выход из строя, но и поломки компрессорного оборудования.

Есть ряд предложений и разработок, могущих дать положительные результаты при внедрения. В первую очередь стоит сказать о сварных фильтрах с отбойниками, которыми можно заменить угловые сетчатые фильтры. Технические испытания и нормативно-техническая документация свидетельствуют о том, что сварной фильтр обеспечивает более высокую степень очистки. Угольный фильтр двуступенчатой очистки также можно заменить на сварной или воспользоваться современной разработкой европейских газовых компаний — технологией многоуровневой угольной газовой фильтрации.

Следует коснуться и вопроса эффективности отчистки газа. На рисунке представлен график, отображающий стендовые испытания сварного (нижний) и многоступенчатого (верхний) фильтров.

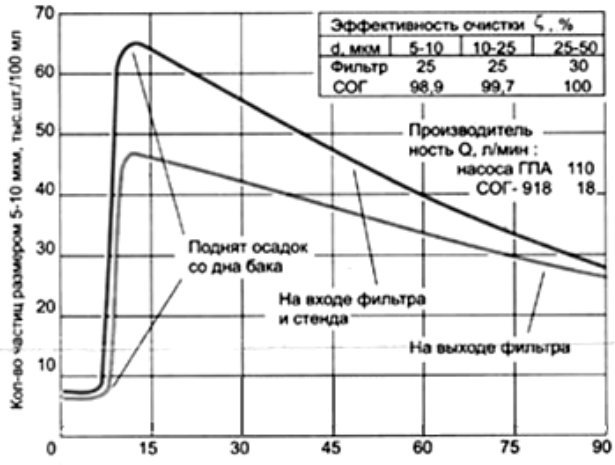


Рис. График стендовых испытаний фильтров

По оси Y — показатели концентрации взвешенных частиц в 100 мл газа; по оси X — процентная степень очистки. Средний уровень взвешенных частиц, регистрируемых на КС «Краснознаменск», достигает 40/100 мл; при применении названных систем фильтрации будет уловлено до 60—65 % всех загрязнителей (существующие фильтры улавливают около 40—45 % загрязняющих частиц).

Стоит отметить и то, что на станции часто регистрируются перепады давления потока газа. Для уменьшения степени воздействия этих перепадов на фильтры рекомендуем установить специальное дифманометрическое оборудование.

По итогам проведенного исследования можно предложить следующие рекомендации руководству КС «Краснознаменск».

1. Контроль состояния газовых фильтров (перепада давлений на них) — необходимое условие надежной и безопасной работы любого газового фильтрационного оборудования.

2. Наиболее рациональным является применение для этих целей специализированных дифманометров индикаторного типа, внедрение которых необходимо в одной из двух установок ГПА-4 РМ на КС «Краснознаменск».

3. Необходимо заменить старые двухуровневые угольные фильтры очистки газа многоступенчатой системой фильтрационной очистки на базе предложенной технологии по комплексной фильтрации угольно-многослойными уловителями.

4. Принципиально важна ввиду высокой изношенности линейной части газопровода («Каунас — Калининград») оценка эффективности перехода с применяемых угловых газовых фильтров на отбойные фильтры.

Я. В. Михальская,
ассистент (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Уровни степени соответствия сертификации в автотранспортной отрасли

Введение

Деятельность компаний различных отраслей, в том числе и автотранспортной, направлена на достижение главной цели — оказание качественных услуг и производство качественной продукции. Одним из механизмов реализации и контроля таких целей является сертификация [1].

Для потребителя подтверждением качества выступает соответствующий документ — сертификат. Его наличие свидетельствует о том, что была проведена процедура оценки услуги (объекта) на соответствие установленным требованиям. Для производителя сертификат повышает его конкурентоспособность в борьбе за потребителя. Сертификация услуг на автомобильном транспорте имеет большое значение, поскольку прямо влияет на качество и безопасность услуг, эксплуатации техники, на безопасность дорожного движения, экологическую безопасность той или иной производственной деятельности данной сферы.

Все процессы автотранспортной отрасли, производственные или вспомогательные, подвержены постоянным изменениям свойств и показателей, направленным на достижение лучших результатов. При этом оценка соответствия не должна быть исключением.

Уровни степени соответствия

Процесс оценки соответствия устанавливает соответствие или несоответствие оцениваемого объекта (продукции, услуги) необходимым требованиям, но с учетом роста запросов потребителей и высокой конкуренции компаний на рынке автотранспортных услуг этого становится недостаточно. Как известно, в настоящее время наличие сертификата не всегда гарантирует высокое качество, на которое рассчитывает потребитель, что вызывает недоверие к сертификации. Потребитель желает владеть как можно большей информацией о качестве оказываемой услуги.

Для того чтобы повысить доверие как к сертификации, так и к реализуемым на автотранспортном рынке услугам (продукции) и содействовать в компетентном их выборе, необходимо обеспечить информацию о степени соответствия услуги (продукции) существующим требованиям. Целесообразно не только устанавливать факт соответствия по параметрам (показателям) услуги, но и дифференцировать оценку соответствия по параметрам.

Покажем возможность такой оценки с использованием решающей функции следующего вида [2]:

$$r(x) = \begin{cases} 0 < q \le 1 \text{ - соответствие величины } x; \\ 0 \text{ - несоответствие величины } x. \end{cases}$$

Здесь q — степень соответствия, которая определяется следующим образом:

$$q(x) = \begin{cases} 1 - |x - x_б| / T_x & \text{— одностороннее поле допуска;} \\ 1 - |x - x_б| / \frac{1}{2} T_x & \text{— двустороннее поле допуска,} \end{cases}$$

где x — параметр (показатель) продукции (услуги); $x_б$ — номинальное (базовое, сертификатное) значение параметра; Tx — допуск параметра.

Исходя из данного способа определения степени соответствия параметра, необходимым действием является выявление уровней степени соответствия, одному из которых будет принадлежать тот или иной оцениваемый параметр, благодаря чему возможно наглядно представить и оценить качество оценки соответствия параметра.

Предлагаются уровни степени соответствия параметров услуги (продукции) для двустороннего поля допуска:

I уровень — $0{,}85 \le q \le 1$ (элит-уровень);

II уровень — $0{,}6 \le q < 0{,}85$ (премиум-уровень);

III уровень — $0{,}3 \le q < 0{,}6$ (классик-уровень);

IV уровень — $0 \le q < 0{,}3$ (базовый уровень).

Для одностороннего поля допуска количество уровней степени соответствия целесообразно сократить до трех, поскольку диапазон одностороннего поля допуска допустимых значений, удовлетворяющих требованиям успешной оценки соответствия, меньше, чем диапазон двустороннего поля допуска.

Уровни степени соответствия для одностороннего поля допуска:

I уровень — $0{,}85 \le q \le 1$ (элит-уровень);

II уровень — $0{,}6 \le q < 0{,}85$ (премиум-уровень);

III уровень — $0 \le q < 0{,}6$ (классик-уровень).

Указанные классификации уровней степени соответствия с их дифференциацией по полям допуска способствуют всеобщему и постоянному стремлению к качеству и безопасности услуг, что является одной из ведущих задач сертификации на автомобильном транспорте. В данном случае это содействует и качеству оценки соответствия посредством ее количествен-

ного выражения и определения отставания от наивысшей степени соответствия (элитного уровня).

Выводы

Наличие уровней степени соответствия как результата оценки соответствия позволит повысить качество самого процесса оценки и обеспечить доверие к сертификации. Поскольку сертификация услуг на автомобильном транспорте производится на добровольной основе и не все предприниматели понимают ее необходимость, то определение уровней степени соответствия позволит более четко представить качество оказываемых услуг и выявить неблагоприятные моменты, которые в дальнейшем необходимо исправить для повышения качества и безопасности в сфере автомобильного транспорта.

Потребитель, имея информацию о принадлежности параметра к определенному уровню, сможет оценить качество будущей услуги более взвешенно, расставить приоритеты и сделать выбор в пользу той или иной компании автотранспортной отрасли.

Такая методология оценки соответствия позволит сертифицирующим органам повысить объективность и достоверность результатов сертификации, определить уровень качества проводимых оценок соответствия, а также вовремя выявлять и устранять недостатки, а при инспекционной проверке — демонстрировать ее объективность.

Список литература

1. *Белобрагин В.Я.* Основы технического регулирования. М., 2008.

2. *Нордин В.В.* Практические методы повышения качества управления в транспортной и сервисной отраслях. Калининград, 2010.

П. С. Шербань,
студент (Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград)

Исследование технического состояния и разработка рекомендаций по ремонту газопровода «Каунас — Калининград»

В Калининградской области существуют промышленный и аграрный комплексы, на территории региона — около двух десятков городов, большое количество поселков городского типа и сел. Основными видами используемых природных ресурсов для обеспечения промышленного производства, выработки тепла и электроэнергии являются уголь, мазут и газ. Газовое топливо занимает лидирующее место (около 75% от общего объема ТУТ).

Калининградская область — энергозависимый регион, причем 99% поставок газа происходит через систему магистрального газопровода «Минск — Вильнюс — Каунас — Калининград». От функционирования данного газопровода и своевременной поставки газа по нему зависит жизнь сотен тысяч калининградцев и работа предприятий региона.

Данная нитка газопровода была построена в 1985 году, за 25 лет эксплуатации этой газотранспортной системы в ней значительно увеличилось число коррозионных элементов, элементов с высокой степенью износа и др. Учитывая высокую энергозависимость региона от поставки топливных ресурсов по данному газопроводу, компания «Газпром» в 2009—2010 годах провела дефектоскопическое исследование состояния внутренней полости газопровода при помощи ряда устройств.

В данной работе обобщены и проанализированы полученные результаты дефектоскопии, исследован сам магистральный газопровод и проанализированы технологии его ремонта. При этом преследовалась цель — выявить наиболее повреж-

денные участки магистрального газопровода «Каунас — Калининград» и разработать оптимальный пакет технологий по их ремонту без остановки перекачки газа. На рисунке представлен участок газопровода, проходящий по территории Калининградской области.

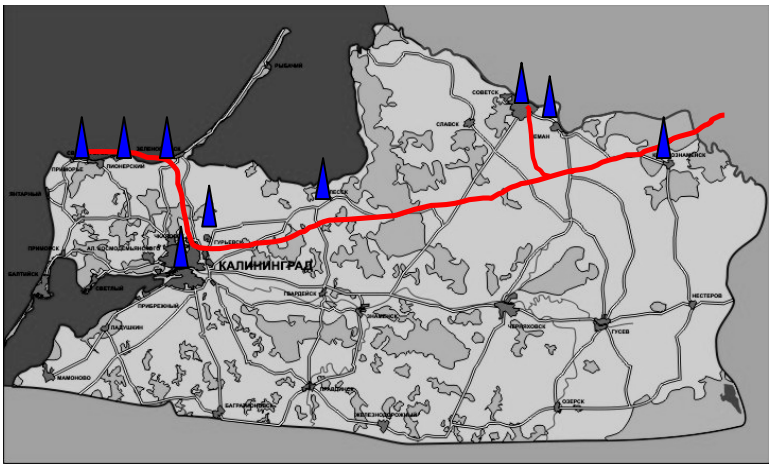


Рис. Расположение магистрального газопровода
(треугольниками отмечены газифицированные города
в Калининградской области)

В итоге проведенных исследований выявлено, что состояние нитки газопровода «Каунас — Калининград» на протяжении от КС «Краснознаменск» до ГРС «Светлогорск» неудовлетворительное. Коэффициент эффективности использования газопровода Е=0,93. Среднее давление по всему газопроводу меньше расчетного и равно 4,72 МПа (при расчетном давлении 5,3 МПа). Вследствие этого регион ежедневно недополучает 40 тыс. $м^3$ газа.

Рассматривая общую динамику износа различных участков газопровода на основе внутритрубной диагностики, электромагнитных и радиологических исследований, мы выявили ряд участков, имеющих высокую степень коррозионного износа.

Наиболее изношенными вследствие внутренней коррозии являются участки: 28, 93, 147 и 148. Они требуют немедленной замены либо при полной остановке газовой системы, либо с использованием предложенного байпасного метода, который позволит во время ремонта незначительно снижать поставки газа в регион (см. табл.).

Очередность вывода участков газопровода для ремонта, применяемые технологии и ограничения по срокам

Очередь ремонта	Группа участков	Применяемая технология	Плюсы	Минусы	Сроки вывода из ремонта
1	28, 93, 147, 148	Байпас, врезка под давлением	Качество, быстрота	Высокая стоимость, падение объемов	1—1,5 года
	170	ЧЗ -7ОТГМ	Качество, простота	Время, падение объемов	
2	64, 23, 25	Поточный гибкий шланг	Быстрота, качество	Высокая стоимость	3 года
	94, 157, 66	ЧЗ -7ОТГМ	Качество, простота	Время, падение объемов	
3	161, 63, 15	Стеклопластик	Простота, низкая стоимость	Долговечность не определена	5 лет
	171, 162, 121	ЧЗ -7ОТГМ	Качество, простота	Время, падение объемов	

Далее были выявлены участки с очень высоким уровнем загрязненности внутритрубного пространства гидратами и парафинами. Это вызвано явно недостаточной очисткой и осушением газа перед пуском его в трубу, а также высокой степенью коррозии внутритрубного пространства. На проанализированных участках ряд элементов требует гидрато- и парафиноочистки, а также увеличения внутритрубного изоляционного слоя, который вследствие контакта с гидратами и абразив-

ными частицами в некоторых зонах истончился. К данным участкам относятся участки №170, 94, 157, 66. Их ремонт предлагаем осуществлять при использовании ЧЗ-7ОТГМ, с применением упрочняющего изоляционного покрытия. Ремонт двух представленных групп участков рекомендуем сделать в течение ближайших полутора лет, до момента истечения сроков их остаточного ресурса.

Кроме групп участков первой очереди ремонта были выявлены и распределены по степени и скорости износа участки газопровода, определенные во вторую и третью очереди ремонта. В данных случаях предлагаем использовать, как и вышеописанные технологии, так и ряд других: для участков 64, 23, 25 — гибкие рукава, для участков 161, 63, 15 — стеклопластик.

Учитывая высокую степень зависимости Калининградского региона от своевременных поставок газового сырья, особенно в зимний период, считаем целесообразным обратить внимание компании «Газпром» на диверсификацию магистралей и способов поставки газа в регион, а также на создание газохранилища в области. Администрации Калининграда рекомендуем контролировать обеспечение поставок газа в регион и уделить внимание вопросу возможного увеличения поставок электроэнергии в область во время проведения работ по ремонту и замене труб на действующем магистральном газопроводе «Каунас — Калининград», а также предусмотреть данную возможность в случае экстренных поломок и недопоставки предприятиям и населению региона газа.

Список литературы

1. *Котляр И.Я.* Эксплуатация магистральных газопроводов. Л., 1977.

2. *Егерман Г. Ф.* и др. Эксплуатация линейной части магистральных газопроводов. М., 1998.

3. *Масловский В.В.* Технологии ремонта газового оборудования и трубопроводных систем М., 2004.

4. *Покрепин Б.В., Дорошенко Е. В.* Методы внутритрубного ремонта магистральных газопроводов М., 2009.

5. *Красников А. Ф.* Расчет работоспособности трубопровода, реализация различных стратегий выборочного ремонта. Тюмень, 2005.

6. *ВТ-47А.* Внутренний отчет компании Лентрансгаз о проведении внутритрубной диагностики нитки магистрального газопровода «Каунас — Калининград» от КС «Краснознаменск» до ГРС Светлогорск.

7. *ГОСТ* Р 51164—98. Трубопроводы стальные магистральные. Общие требования к защите от коррозии. М., 1998.

8. *СНиП* 2.05.06—85. Магистральные трубопроводы. М., 1985.

9. *ОСТ* 153—39.4—010—2002. Методика определения остаточного ресурса нефтегазопромысловых трубопроводов и трубопроводов головных сооружений. М., 2002.

10. *СТО* РД Газпром 39—1.10—084. Порядок продления срока безопасной эксплуатации линейной части магистральных газопроводов. М., 2004.

Научное издание

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ
И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И СЕРВИСА

Материалы
Международной научно-практической конференции
студентов и аспирантов

Выпуск 5

Под редакцией **Валентина Сергеевича Корнеевца**
Людмилы Валерьевны Семеновой

Редактор *Л. Г. Григорьева*. Корректор *Е. В. Владимирова*
Оригинал-макет подготовлен *Л. В. Павловой*

Подписано в печать 20.06.2011 г.
Бумага для множительных аппаратов. Формат 60×90 $^{1}/_{16}$.
Гарнитура «Таймс». Ризограф. Усл. печ. л. 11,6 Уч.-изд. л. 7,6.
Тираж 100 экз. Заказ 137.

Издательство Российского государственного университета им. И. Канта
236041, г. Калининград, ул. А. Невского, 14