

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Материалы Международной
научно-практической конференции
студентов и аспирантов

г. Калининград
31 апреля 2010 года

Выпуск 4

Под редакцией В. С. Корнеевца

Издательство
Российского государственного университета им. Иммануила Канта
2010

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

Редакционная коллегия:

В. С. Корнеев, 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. Мутаuchi (отв. секретарь)

Туристско-рекреационный потенциал и особенно-
Т 108 **сти развития туризма:** материалы междунар. науч.-
практ. конф. студ. и асп. / под ред. В. С. Корнеева. —
Вып. 4. — Калининград: Изд-во РГУ им. И. Канта, 2010.
— 194 с.
ISBN 978-5-9971-0075-9

Сборник содержит материалы четвертой международной научно-практической конференции студентов и аспирантов «Туристско-рекреационный потенциал и особенности развития туризма», проходившей 31 апреля 2010 г. и посвященной актуальным проблемам развития туризма, вопросам влияния государственной политики на региональный и международный туризм и особенностям организации отдельных направлений этой сферы. Рассматриваются проблемы формирования имиджа территории, конкурентные возможности туризма и особенности его развития в регионах, а также перспективы развития 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 978-5-9971-0075-9

© Коллектив авторов, 2010
© Издательство РГУ им. И. Канта, 2010

СОДЕРЖАНИЕ

Актуальные вопросы развития туризма

<i>Петров Д. А.</i> Методология прогнозирования эффективности туристических потоков	5
<i>Рудько А. В.</i> Модель перспективного направления в деятельности туристских фирм в современных условиях.....	8
<i>Мальшиева Е. В.</i> Проблема повышения качества услуг на примере туристических предприятий г. Казани.....	18
<i>Воронина К. О.</i> Транспортная система как фактор развития туристско-рекреационного потенциала региона.....	25
<i>Орлов С. В.</i> Использование морского транспорта в туристических перевозках.....	29
<i>Анплеев А. А.</i> Технология разработки экскурсионной программы спортивно-познавательного туризма в Республике Татарстан	35
<i>Карибов И. С.</i> Влияние политики США на развитие туризма в разных странах.....	42
<i>Пиштыка В. В.</i> Состояние сферы туризма Калининградской области в условиях кризиса	47
<i>Дробиз М. В.</i> Перспективы развития экологического туризма Калининградской области и поиск новых решений для улучшения ситуации	55
<i>Оржеховская А. А.</i> Экологические маршруты Калининградской области	58
<i>Гудовицков В. Ю.</i> Направление развития активных видов туризма в Калининградской области.....	64
<i>Поваров А. С.</i> Перспективы развития экологического туризма в Калининградской области.....	74
<i>Юрченко Е.Ю.</i> Охотничьи ресурсы Калининградской области	80
<i>Петушкова Н. О.</i> Перспективное развитие г. Пионерского.....	89
<i>Гудошникова Д. Ю.</i> Перспективы развития замкового туризма в Калининградской области.....	94
<i>Романова Е. О., Титова Д. В.</i> Состояние и перспективы развития гастрономического туризма в Коломне	100

Развитие гостиничного бизнеса и индустрии питания

<i>Корнеевец В. С., Артемова И. М.</i> Показатели эффективности образовательного процесса, встроенного в технологию управления качеством гостиничного предприятия	106
<i>Артемова И. М.</i> Моделирование бизнес-процессов гостиничного предприятия	121
<i>Курочкина Е. К.</i> Анализ перспектив развития гостиничных цепей в Испании	135
<i>Колесникова А. Е.</i> Тенденции развития предприятий быстрого питания в Калининграде: на примере кофеен и ресторанов быстрого питания	144

Вопросы образования в индустрии гостеприимства

<i>Мутаवчи Е. П.</i> Активизация самообразовательной компетентности в процессе формирования профессиональной позиции будущего специалиста в индустрии гостеприимства	150
<i>Кугаро И. В., Очирова Т. Б.</i> Информационные технологии в преподавании экономических дисциплин для индустрии туризма	153
<i>Потан Е. В.</i> Особенности совместной российско-германской образовательной деятельности	156
<i>Корнюшина Е. А., Корнюшина С. А.</i> Индивидуальный тур: увидеть больше	160

Прикладные исследования в сфере гостеприимства и сервиса

<i>Борисова Е. А.</i> Групповая сплоченность как фактор развития корпоративной культуры	163
<i>Крумин Ю.</i> Аэродром Девау: прошлое и настоящее	167
<i>Анненкова А. О.</i> Гербы городов Калининградской области	169
<i>Шевченко О. А.</i> К анализу состояния эмоциональной сферы студенческой молодежи	171
<i>Харитошкин Н. В., Баранов Р. И.</i> Искусственные нейронные сети в системе поддержки принятия управленческих решений на транспорте	176
<i>Михальская Я. В.</i> Повышение качества сертификации в автотранспортной отрасли	178
<i>Иванов Р. А.</i> Перспективы развития городского пассажирского транспорта Калининграда	183
<i>Беликова А. О.</i> Мероприятия по снижению загруженности транспортной сети Калининграда	189

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Д. А. Петров,
соискатель (РГУ им. И. Канта, Калининград)

Методология прогнозирования эффективности туристических потоков

Прогнозирование является одним из ключевых инструментов маркетинга. Без качественного и относительно долгосрочного прогноза невозможно сформировать эффективную маркетинговую стратегию и определить план мероприятий по продвижению услуг.

Долгосрочное прогнозирование туристических потоков крайне важно для планирования инвестиций в отрасли, так как период окупаемости большинства проектов превышает семь лет, а финансовые показатели в самой значительной степени зависят от загруженности объектов. Однако в решении задачи перспективного прогноза приходится сталкиваться с проблемой высокой неопределенности, обусловленной следующими факторами:

- постоянное изменение потребительских предпочтений;
- неоднородность потребителей;
- высокая зависимость туристической отрасли от государственной политики и ситуации в стране;
- значительная зависимость от степени развития других отраслей (например, транспортной);
- влияние относительных курсов мировых валют;
- природные катастрофы и т. п.;
- действия (развитие и продвижение) конкурирующих туристических центров;
- возникновение новых туристических продуктов.

В связи с этим оценка будущих туристических потоков на основе только одного метода может быть нерепрезентативной.

Для решения этой проблемы предлагается использовать специальный подход, основанный на совместном применении трех методов: сравнительного анализа, экстраполяции и сегментации.

В качестве практического примера для составления прогноза можно взять Калининградскую область. Выбор данного региона обусловлен тем, что в нем явно выражены все перечисленные факторы неопределенности. Кроме того, результаты, полученные с помощью качественных методов, говорят о большом потенциале роста туризма в регионе, но разброс количественных оценок очень велик, особенно на перспективу более пяти лет.

Метод сравнительного анализа требует определения нескольких туристических территорий, имеющих сходный с оцениваемым регионом профиль и выполняющих роль ориентира.

Затем необходимо выявить ключевые факторы $f_1, f_2, \dots$, которые наиболее ощутимо влияют на туристический поток. Далее строится функция зависимости туристического потока от этих факторов с несколькими неизвестными параметрами. В качестве такой функции может быть принята линейная зависимость:

$$T_{\text{comp}}(f_1, f_2, \dots) = A \cdot f_1 + B \cdot f_2 + \dots, \quad (1)$$

где T_{comp} — туристические потоки;

$f_1, f_2, \dots$ — ключевые факторы;

$A, B, \dots$ — определяемые параметры.

Параметры $A, B, \dots$ вычисляются путем подстановки текущих значений $f_1, f_2, \dots$ и T_{comp} для каждого из выбранных курортов-ориентиров, т. е. получается система линейных уравнений с неизвестными $A, B, \dots$. При наличии рассчитанных параметров $A, B, \dots$ в функцию подставляются оценки факторов для рассматриваемого туристического региона. Тогда значением функции как раз и будет искомый прогноз туристического потока.

Если ожидается, что регион за прогнозный период все-таки не полностью догонит по уровню развития объекты сравнения, то к результату можно применить понижающий коэффициент.

Метод экстраполяции базируется на анализе и последующем переносе тенденций развития туризма в регионе, позволяет построить прогноз темпов роста количества туристов. В основе метода лежит использование данных об этом развитии, наблюдаемом в последние годы. Кроме того, учитываются оценки результатов мероприятий, проведение которых планируется в регионе в течение прогнозируемого периода, а также других факторов, влияющих на изменение туристических потоков (прирост доходов населения, изменение визовой политики и т. д.).

Метод сегментации основан на анализе потребления по различным рыночным сегментам. Потенциальные потребители делятся на сегменты (например, по месту проживания, возрасту или уровню доходов). Затем в каждом сегменте оценивается доля людей, которые с определенной долей вероятности посетят регион в случае выполнения планируемых мероприятий по развитию туризма. Полученные результаты суммируются.

После проведения оценки по каждому из перечисленных методов определяются их относительные веса. Взвешивание является индивидуальным для конкретной задачи, так как оно проводится с учетом степени достоверности оценок по каждому из методов, которая зависит от исходных данных. Итоговое значение прогнозируемого туристического потока определяется путем взвешивания результатов всех трех методов.

Таким образом, рассмотренная методика имеет значительное сходство с классическим подходом к оценке бизнеса, при котором также используются три метода (сравнительный, доходный и затратный), и их результаты взвешиваются для получения итоговой оценки. Этот подход за долгие годы нашел общее признание, так как получаемые результаты оказываются более универсальными и надежными, чем расчеты только по одному методу.

Список литературы

1. Скобкин С. С. Менеджмент в туризме М., 2009.
2. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма. М., 2006.
3. Саак А. Э., Пшеничных Ю. А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие. СПб., 2007.

А. В. Рудько,
выпускник (РГУ им. И. Канта, Калининград)

Модель перспективного направления в деятельности туристских фирм в современных условиях

Согласно данным, предоставленным пресс-службой мэрии Калининграда, из 3046 человек, окончивших школу в 2008/09 учебном году, в высшие учебные заведения поступили 2476. Таким образом, более 81,3 % выпускников калининградских школ стали студентами, что на 3,6 % больше по сравнению с данными статистики предыдущего года [9]. Сделаем поправку на то, что процент школьников из областных городов и поселков, желающих получить высшее образование, значительно меньше, а также на то, что не все студенты смогут до конца пройти курс обучения и стать дипломированными специалистами. Учтем, что в последние годы, помимо вчерашних школьников, о высшем образовании все чаще задумываются и люди более старшего возраста. В итоге получим, что благодаря большому количеству вузов и, следовательно, доступности высшего образования (в большей степени на контрактной основе), а также получившему широкое распространение общественному мнению о его престижности и необходимости в условиях современных реалий мы имеем большое число людей с высшим образованием. Причем как минимум в ближайшие пять лет их количество будет только увеличиваться. С одной стороны, рост образованности общества внушает оптимизм, но в то же время приводит к избытку на рынке труда и, как следствие, к невостребованности людей с высшим образованием.

При этом не стоит забывать, что классическое вузовское образование — это, прежде всего, самостоятельность (в том

числе в мышлении и анализе), ответственность, умение и желание управлять людьми, стремление к самообразованию, предприимчивость. И далеко не каждый человек наделен от природы задатками перечисленных качеств, не у каждого можно их развить. Кроме того, имеющиеся знания нужно постоянно совершенствовать. А из-за проблем с трудоустройством по специальности выпускники вынуждены искать работу, не соответствующую их квалификации, занимать низшие по рангу должности по сравнению с теми, на которые могли бы рассчитывать. Выполняя работу, не соответствующую его квалификации, не имея возможности для практического применения полученных знаний и навыков, не имея мотивации для дальнейшего личностного и профессионального роста, вчерашний студент постепенно начинает терять и забывать полученные за время обучения знания.

Чтобы исключить подобную ситуацию, студент изначально, еще на этапе поступления, должен знать, что если в процессе обучения он будет соответствовать определенным критериям, то по окончании вуза сможет получить должность, соответствующую его квалификации. В некоторых учебных заведениях в последнее время появилась практика приглашать в качестве преподавателей отраслевых дисциплин владельцев или управляющих фирм, работающих в той же сфере, в которой планирует трудиться будущий выпускник. В дальнейшем такие преподаватели трудоустраивают особо отличившихся, на их взгляд, студентов в своих фирмах. Разумеется, данная практика имеет скорее частный характер и не может получить широкого распространения. Тем более такая система в большей степени подходит для выпускников средних специальных учебных заведений, в вузах она может быть использована скорее в процессе учебной практики. Но в данном случае важен сам факт участия работодателей или других заинтересованных в профессиональных сотрудниках лиц в процессе обучения, а также попытка выявить и отобрать из многих студентов имен-

но тех, которые не только имеют определенный набор знаний, но и могут грамотно этими знаниями пользоваться, в особенности на практике, и поддержать их, поспособствовать дальнейшему развитию.

Где же смогут найти работу в соответствии со своими знаниями и навыками грамотные специалисты после получения ими диплома о высшем образовании в случае соответствия определенным критериям? Например, организовать свое дело в индустрии туризма и гостеприимства — как в быстро развивающейся отрасли, затрагивающей многие сферы хозяйственной деятельности, в результате чего в ней могут быть задействованы люди не только с профильным туристским образованием, но и специалисты смежных профессий. Главной проблемой, возникающей перед человеком (или группой лиц), собирающихся приступить к осуществлению предпринимательской деятельности, как правило, является отсутствие достаточного стартового капитала, собственности. Но одна из отличительных черт индустрии туризма — то, что в ней широкое распространение получили многоуровневые (производитель — оптовый / мелкооптовый / розничный торговец — потребитель) каналы сбыта. То есть кроме покупателя и продавца в механизм туристского рынка включается значительное количество посреднических звеньев [8]. И если туристская фирма напрямую не связана с производством конечного продукта, то ей требуются скорее информационные и интеллектуальные ресурсы, чем материальные. Положение осложняется и тем, что в современных условиях хотя еще и развивающегося, но уже достаточно сформировавшегося рынка туристских услуг Калининградской области недостаточно просто вывести на рынок качественный продукт: чтобы привлечь покупателя предложение должно обладать действительно уникальными конкурентными преимуществами, а также быть обращено в минимально занятый сегмент рынка, каковым сейчас является сегмент иностранного въездного туризма. В 2007 г. из общего числа туристов иностранцы составили лишь 20 % (из них 73 %

немцы; 3 % поляки, 2 % литовцы). Абсолютное большинство приезжих путешествуют с целью экскурсионного туризма [2]. Из анализа этих статистических данных можно сделать вывод, что въездной туризм в области — это в основном ностальгический туризм, то есть существует ряд фирм, имеющих налаженные связи с Германией и уже много лет специализирующихся на организации ностальгических туров для пожилых немцев.

В то же время сложность работы на рынке въездного туризма заключается в том, что основную конкурентную борьбу за внимание клиента приходится вести не столько с местными фирмами, сколько с иностранными туристскими предприятиями. Между тем бурное развитие туризма во многих странах в последние десятилетия привело к тому, что сегодня в мире уже сформировались полноценные туристские регионы со своими развитыми туристскими центрами, имеющими чрезвычайно богатый набор конкурентных преимуществ. И Калининградская область, несмотря на серьезные капиталовложения в туристскую отрасль на протяжении последних десяти лет и на наличие достаточного количества предпосылок для развития туризма, в силу различных причин пока еще в число этих центров не входит. Но если управленческая и маркетинговая деятельность туристских предприятий будет вестись таким образом, чтобы конкурентные преимущества конкретной организации строились на основе знаний специфики индустрии туризма и гостеприимства, особенностей рынка, то можно будет вполне успешно конкурировать и с более развитыми регионами, несмотря на отставание в туристской инфраструктуре и проблемы геополитического характера (визовые ограничения и др.).

На фоне происходящих в современном мире роста индивидуализма, потребления и индивидуализации общества в целом, а как следствие — колоссального разнообразия туристского спроса (по материальным возможностям, возрасту, целям и мотивам) [7], на мой взгляд, весьма востребованным выглядит

создание организаций, специализирующихся на предоставлении индивидуальных туров, разработанных с учетом конкретных предпочтений и возможностей конечного потребителя. То есть туристский продукт должен быть принципиально ориентирован на максимально возможное удовлетворение специфических потребностей конкретного клиента. Данный подход дает предприятию существенное конкурентное преимущество благодаря созданию более высокой стоимости/ценности услуги для клиента [2].

Также в последнее время практически во всех странах мира все отчетливее прослеживается тенденция проникновения глобализационных процессов во все стороны общественной жизни [7]. В этих условиях наличие в туристском продукте национальных (региональных) черт, особенностей, местного колорита может поспособствовать увеличению притока въезжающих туристов из предпочтительных сегментов рынка (по классификации на основе комбинации двух признаков — уровня дохода и образования), в которые попадают образованные лица с уровнем доходов выше среднего и высоким, а также высокообразованные люди, проявляющие интерес к изучению природы, культуры, образа жизни, нравов, обычаев. Основным мотивом к путешествиям у данных категорий граждан является стремление сменить впечатления, познавательный интерес [1], что в полной мере может быть удовлетворено туристским продуктом, содержащим в себе такие эксклюзивные черты, как национальный колорит.

Таким образом, наиболее перспективным вариантом развития туристской отрасли видится ориентация не на массовые (занятые) сегменты рынка, а на предоставление въезжающим на территорию региона гражданам уникальной возможности получить туристский продукт в соответствии с их пожеланиями. Именно поэтому организация индивидуальных туров для иностранных граждан в качестве основного вида деятельности туристской фирмы может стать верным выбором для достижения успеха на рынке.

В данном случае туристская организация будет выступать в роли посредника, проводника, консультанта и гаранта качества. Знание потребности конкретного клиента и хорошая ориентация на туристском рынке региона, налаженные связи с предприятиями, непосредственно производящими туристский продукт, будут сводить задачу фирмы к сопоставлению данных и предоставлению клиенту продукта, максимально соответствующего его ожиданиям и надлежащего качества.

Отличительной особенностью данных фирм станут прямое общение клиента и менеджера, непосредственно разрабатывающего туристский продукт исходя из времени на отдых, общей суммы затрат и предпочтений путешественника. В обязанности менеджера будет входить: решение организационных вопросов (визы, транспорт, билеты), помощь в выборе средств размещения и объектов питания, а также оптимальных мероприятий для посещения и маршрутов следования. Отдельными пунктами в обязанностях менеджера должны стоять персональный контроль и ответственность за соответствие качества услуг на туристских объектах, посещаемых клиентом, заявленным требованиям. Таким образом, прибегая к услугам подобных фирм, иностранный турист сможет сэкономить значительную часть своего времени (как при планировании поездки, так и во время самого путешествия), получит уверенность в безопасности своего путешествия, отсутствии неприятных происшествий и неожиданностей, сможет посетить все интересующие его достопримечательности и поучаствовать во всех значимых для него мероприятиях на территории выбранного для отдыха региона.

Глобальные процессы, протекающие в мире под влиянием взрывного развития информационных и коммуникационных технологий, привели к значительным изменениям мировой индустрии туризма. Сегодня туризм выступает одной из ведущих отраслей электронной торговли. Число предприятий электронного туристского бизнеса растет, потребительская аудитория туристских услуг, имеющая доступ к электронным сетям, расширяется. Высокими темпами увеличиваются объемы сбы-

та туристских продуктов через электронные каналы. Быстрое и широкое внедрение электронных технологий в туристскую деловую практику обусловлено особенностями туристского продукта, главная из которых состоит в его нематериальном характере. Он неосязаем до момента потребления. При продаже покупатель не может его увидеть, изучить или попробовать (как любой обычный товар) и вынужден полагаться на предоставляемую продавцом информацию.

Основной массив информации, запрашиваемой покупателем при принятии решения о покупке туристской услуги, можно предоставить через электронные каналы. Указанное обстоятельство способствует переносу процесса выбора туристского продукта потребителем в виртуальное пространство сети Интернет. Технологии электронного бизнеса не просто облегчают выбор или приобретение услуги, но и помогают создать совершенно новый по потребительским свойствам продукт [11].

Одной из наиболее важных особенностей туристских услуг является широкое участие людей в «производственном» процессе. Индустрия туризма тем и уникальна, что служащие составляют значительную часть ее товара. Поэтому персонал в индустрии туризма — важнейшая составная часть конечного продукта, одним из основных ресурсов конкурентных преимуществ организации [4].

На предприятиях, предоставляющих индивидуальные туры, где менеджер не только напрямую общается с клиентом, но и несет перед ним личную ответственность, значение способностей, квалификации, профессионализма персонала удваивается. Так как работать предполагается не в массовых сегментах и, следовательно, с небольшими оборотами выручки, по своей организационной структуре такие фирмы должны быть небольшими, с ограниченным штатом сотрудников. При этом в организации должна использоваться гибкая структура с наименьшим числом уровней управления и посреднических звеньев, где сотрудникам нужно обладать широким комплек-

сом навыков и знаний и уметь не только выполнять работу непосредственно по своей специализации, но и проявлять себя в смежных областях. Важным фактором в таких условиях выступает мотивация служащего на постоянную работу на максимуме своих возможностей. Оптимальным вариантом будет, если основу трудового коллектива таких туристских фирм составят группы молодых, энергичных и полных энтузиазма специалистов, по совместительству являющихся владельцами фирмы. Так как они будут самыми заинтересованными лицами в большом числе заказов, успехе, дальнейшем процветании и развитии своего дела, а основное средство достижения этих целей — как можно более полное удовлетворение потребностей клиента.

На сегодняшний день в мире существует множество различных видов туризма, и большинство из них имеют предпосылки для развития в Калининградской области ввиду разнообразия туристско-рекреационных ресурсов на ее территории. Небольшая фирма не может охватить своей деятельностью все многообразие видов туризма. Поэтому в области должны существовать разные фирмы, каждая из которых будет специализироваться и разрабатывать туристские продукты в своих определенных рыночных границах.

В условиях, когда основная работа с клиентом осуществляется через сеть Интернет, существенная часть ресурсов туристской фирмы должна быть направлена на создание сильного бренда. Для реализации последнего предприятию потребуются значительные финансовые и трудовые затраты, которых в силу специфики своей организационной структуры (небольшая фирма) предприятие может и не иметь. Поэтому эффективным механизмом повышения конкурентоспособности организаций становится объединение туристских фирм, работающих в одной или смежных областях, но не являющихся прямыми конкурентами, в сети или ассоциации. Долгосрочное взаимовыгодное объединение учреждений и организаций смежных отраслей в единую структуру и систему стратегического сотруд-

ничества способно создать совместные отличительные преимущества, заключающиеся в использовании общей системы финансового, маркетингового и информационного взаимодействия и сильного сетевого бренда. При этом каждый контрагент и участник сети становится своеобразным источником внутренних преимуществ и эффективным потребителем возможностей внешней среды, ценность которых распространяется в рамках сети и работает на укрепление общесетевого бренда [3].

В условиях высокой общественной значимости деятельности туристских фирм, специализирующихся именно на въездном туризме и напрямую способствующих развитию отрасли в регионе, при этом решающих проблему занятости молодых специалистов, имеющих способности и желание работать, расти в профессиональном плане, весьма перспективным видится объединение их в ассоциацию под эгидой Министерства туризма Калининградской области, что могло бы существенно увеличить силу общего сетевого бренда. Само Министерство в данном случае выступало бы в роли центрального органа координации и управления субъектами сети, предоставляя им при этом достаточную свободу во внутриорганизационной деятельности. Регулирование деятельности организаций производилось бы лишь за счет предоставления или лишения мандата на вступление в ассоциацию.

В рамках данной статьи была предпринята попытка на основе информации о современном состоянии индустрии туризма, а также знаний, полученных при изучении особенностей туристского рынка и, следовательно, специфики управленческой и маркетинговой деятельности в этой отрасли, попытаться представить базовую модель организации в сфере сервиса и туризма, способную быть конкурентной в условиях современных реалий. Подводя итог, отмечу, что сейчас для развития туризма нельзя ограничиться лишь деятельностью, направленной на улучшение материально-технического состояния туристской инфраструктуры. Помимо этого для достижения успеха

на рынке туристских услуг требуется грамотное использование уже имеющихся ресурсов (трудовых, природно-рекреационных и т. д.) в сочетании с новыми технологиями, новаторскими идеями и такими передовыми концепциями управления, как сервисный маркетинг и сервисный менеджмент.

Список источников

1. Джанджугазова Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М., 2003.
2. Историко-культурный потенциал Калининградской области и развитие туризма: Мат-лы междунар. науч.-практ. конф. Калининград, 2005.
3. Комолов А. С. Элементы эффективного маркетинга и менеджмента услуг // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена. Аспирантские тетради. 2007. № 15(39). С. 116—118.
4. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник для вузов / пер. с англ. В. Н. Егорова. Изд. 2-е, перераб., доп. М., 2002.
5. Саак А. Э., Пиеничных Ю. А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие. СПб., 2007.
6. Чернышев Б. В. Менеджмент в сервисной экономике: сущность и содержание // Проблемы теории и практики управления. 2004. № 1. С. 23—33.
7. Шалаев В. П. Сервис и туризм в глобальном мире: дуализм управления и развития (философско-теоретический аспект) // Сервис Плюс. 2007. № 3. С. 26—31.
8. Маркетинговая стратегия туристской организации // Библиотека туризма. URL: <http://www.turbooks.ru/stati/marketing/>
9. Более 80 процентов калининградских школьников поступили в вузы // Клопс. ру. URL: <http://klops.ru/news/12610.html>
10. Современное состояние мировой индустрии туризма // Центр международного туризма. URL: <http://worldwidetour.ru/content/6/3>

*Е. В. Малышева,
аспирантка
(Казанский государственный технический университет
им. А. Н. Туполева)*

Проблема повышения качества услуг на примере туристических предприятий г. Казани

В настоящее время одной из наиболее актуальных проблем туристической сферы является некачественное обслуживание туристов. От того, как организована деятельность по обеспечению высокого качества услуг, какие поставлены цели в этой области, как используются существующие ресурсы, в какой мере мобилизованы новые резервы, зависят и результаты деятельности туристической фирмы. Поэтому постоянному совершенствованию системы управления, планирования и стимулирования повышения качества в туризме придается большое значение. Возрастающая роль качества предоставления услуг — объективное требование развития современного общества, так как расширяющиеся потребности населения могут быть удовлетворены только за счет более высокого уровня обслуживания.

Для того чтобы предлагать какие-то мероприятия по совершенствованию качества обслуживания в туризме, автором весной 2009 года среди менеджеров казанских турфирм было проведено исследование в форме глубинного полустандартизованного интервью, направленное на то, чтобы выяснить отношение казанских представителей турбизнеса к проблеме качества на туристическом рынке Казани. В ходе исследования необходимо было выяснить, как оценивают представители турбизнеса уровень развития туризма в Татарстане в целом (рис. 1).

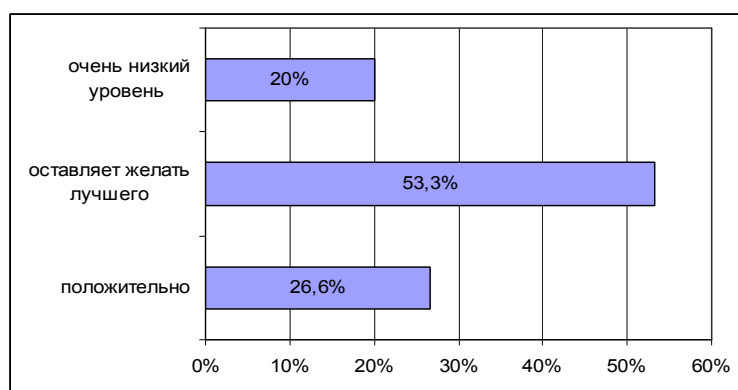


Рис. 1. Оценка менеджерами казанских турфирм уровня развития туризма в Татарстане, в % к числу ответов

Согласно полученным данным, определенная часть информантов (20 %) оценила уровень развития туризма в Татарстане как очень низкий. Например, директор туристического агентства «Scorgio-тур» прокомментировала свой ответ следующим образом: *«Качество туристских услуг в Татарстане не отвечает их цене. Платить за размещение не только в пяти- и четырехзвездочных отелях, но и средних гостиницах Татарстана приходится очень дорого. То же самое касается и санаториев, расположенных в республике. За истраченные деньги гости получают далеко не тот набор услуг, на который они вправе рассчитывать. Следует также отметить очень плохое состояние татарстанских пляжей»*.

В ходе исследования менеджеров просили назвать наиболее, с их точки зрения, слабые стороны внутреннего туризма в Татарстане (рис. 2).

Большая часть менеджеров, отвечая на поставленный вопрос, называла среди слабых сторон внутреннего туризма в Татарстане несоответствие цены и качества туристских услуг (86,6 %). Это связано с тем, что цены на проживание в гостиницах Татарстана или цены на экскурсионные программы достаточно высокие, но уровень качества услуг существенно отстает от общероссийского, не говоря уже о международном уровне.

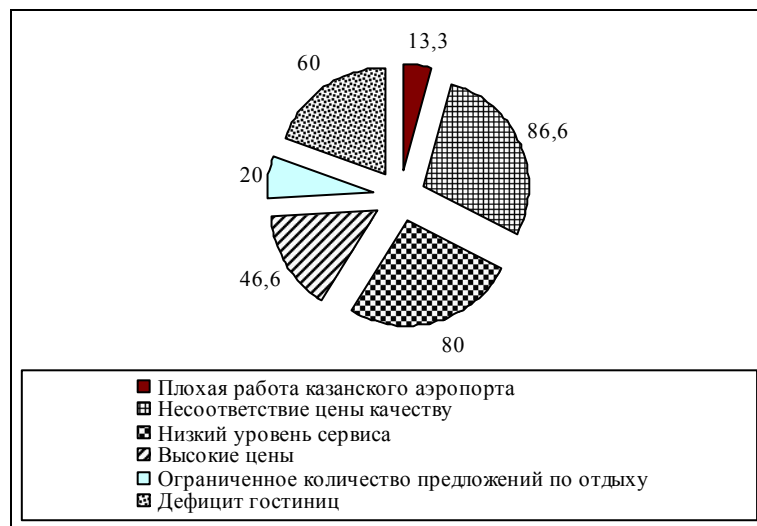


Рис. 2. Слабые стороны внутреннего туризма в Татарстане, в % к числу ответов

Также менеджеры среди слабых сторон туризма в Татарстане отмечали плохую работу казанского аэропорта, указывая на то, что в казанском аэропорту часто случаются задержки и переносы времени вылетов, многие туристы часто бывают недовольны уровнем обслуживания, предоставляемым им во время перелета казанским авиатранспортом. Следует также отметить среди факторов, препятствующих развитию туризма в Татарстане, дефицит гостиниц. Большая часть средств размещения в республике рассчитана на людей с высоким уровнем заработка; в Татарстане не хватает различного рода мотелей, пансионатов, гостевых домов, молодежных гостиниц, гостиниц туристского типа, которые были бы доступны приезжим с разным уровнем заработка, поскольку большую часть туристов в настоящее время составляет молодежь из других городов. Поэтому, учитывая относительно невысокую платежеспособность данной группы населения, необходимо предоставить им возможность остановиться в средстве размещения по разумной цене.

Менеджеры также высказали ряд предложений по повышению качества туристских услуг в Татарстане. Одно из интересных предложений, по мнению автора, высказала директор туристического агентства «AVT-Travel»: *«Необходимо передать часть туристского и гостиничного сектора в руки частного предпринимательства, как, например, это было сделано с двумя санаториями, расположенными в Чувашии, — «Солнечным берегом» и «Волжанкой». После того как данные санатории были переданы частным предпринимателям, там построена новая дорога и развита инфраструктура. В этих санаториях действительно цена соответствует качеству».*

В связи с общественным развитием постоянно возникают новые потребности, растут требования людей к качеству предоставляемых услуг. В Европе уже давно осознали тот факт, что чем качественнее организация будет предоставлять услуги своим клиентам, тем успешнее сложится ее деятельность и она сможет завоевать больший сегмент осваиваемого рынка. Поэтому в европейских странах на туристических предприятиях активно используется Франкфуртская таблица оценки качества туристских услуг.

Важным вопросом, ответ на который планировалось получить в ходе исследования, был вопрос об использовании данной таблицы в казанских туристических фирмах. Однако, как показало исследование, никто из менеджеров не слышал о Франкфуртской таблице и поэтому не использует ее в своей работе. Кроме того, данный вопрос задавался автором исследования некоторым представителям московских туроператорских фирм во время проведения международной специализированной выставки «Индустрия туризма», проходившей в апреле этого года в ОАО «Казанская ярмарка». Их ответы совпали с ответами казанских менеджеров. Поэтому здесь можно говорить о подтверждении одной из гипотез, выносимых автором в начале исследования относительно того, что Франкфуртская таблица не используется большей частью работников сферы туризма.

Франкфуртская таблица была разработана ассоциациями туроператоров Германии для унификации правил возмещения

убытков туристам за непредоставленные или некачественно предоставленные услуги. Данная таблица носит рекомендательный характер, но с немецкой точностью перечисляет все типичные претензии, которые клиент может предъявить турфирме, и определяет размер компенсации.

В таблице есть разделы «Размещение», «Питание», «Транспорт», «Прочее». Каждому указанному виду нарушения в перечисленных сферах соответствует определенный размер компенсации, выраженный, как правило, в процентах от стоимости услуги или группы услуг. Некоторые виды нарушений сопровождаются примечаниями, которые позволяют уточнить тот процент, который должен быть применен в каждом конкретном случае.

При использовании Франкфуртской таблицы надо учитывать, что указанные в ней проценты должны быть рассчитаны исходя из стоимости конкретной услуги. Если ее стоимость вычленить невозможно, то целесообразно руководствоваться стоимостью той группы услуг, частью которой является «недооказанная» услуга. При группировке услуг рекомендуется следовать классификации, принятой в самой таблице: по размещению, питанию, транспорту и т. д.

На практике иногда не удается разграничить комплексы услуг, например связанных с размещением и питанием. Тогда берется комплексная стоимость этих двух групп услуг; при этом, соответственно, снижается указанная в таблице доля компенсации, выраженная в интервале процентов.

Франкфуртская таблица разрабатывалась и применяется как универсальный документ, то есть она охватывает все виды причиненного туристам ущерба, за исключением компенсации вреда, причиненного жизни и здоровью человека, а также утраченной туристом собственности (багажа, вещей) по вине турфирмы или отеля. Размер этих видов ущерба может быть высчитан и компенсирован отдельно.

Применяя таблицу, необходимо учитывать, что незначительный ущерб во внимание не принимается, размер процента не зависит от личных качеств отдельных туристов (возраст, пол, чувствительность или нечувствительность к чему-либо).

Но в порядке исключения проценты могут быть увеличены (самое большое процентное повышение — 50 %), если особые личные качества или недостатки туриста были известны турфирме при покупке им поездки. По разделу «Прочие недостатки» снижение не предоставляется, если ущерб для туриста был заранее очевидным и недоказуемым. Процентная норма берется с полной цены (включая стоимость транспорта).

Таким образом, если турист решит потребовать материальную компенсацию за плохое обслуживание, то ему прежде всего нужно будет составить протокол претензии, где будут изложены все претензии к сервису, размещению или транспорту. Кроме того, в качестве доказательств в этом случае очень важны будут фото- и видеосъемка. Протокол составляется в произвольной форме и должен быть подписан туристом и представителем зарубежного партнера турфирмы. Вместо подписи последнего можно собрать две подписи других туристов из группы (важно, чтобы они не были родственниками данного туриста).

Претензии к отелю может заверить администратор, в аэропорту — начальник смены. Если туристу не идут навстречу, ему рекомендуется обращаться за помощью в туристическую полицию страны пребывания. К протоколу также нужно приложить все относящиеся к сути претензии счета за время поездки. Претензии в письменном виде с указанием размера компенсации принимаются в течение 20 дней после прибытия туриста на родину.

Необходимо следить, чтобы плохое качество работы не компенсировалось исключительно количеством. В настоящее время в туристических организациях можно наблюдать такую тенденцию, когда менеджеры стараются продать как можно больше туристических путевок, не учитывая при этом качество оказываемых услуг. В последние годы турфирмы активно соперничают за завоевание звания «Лидер продаж». Безусловно, завоевав такое звание, турфирма повышает свой имидж в глазах клиентов, но стоит задуматься над вопросом: «Борясь за количество, не забывают ли они о качестве услуг?» Увы, в настоящее время мы не можем поставить знак равенства между

качеством и количеством. Опыт показывает, что любая турфирма сталкивается в своей деятельности с одной из двух проблем. Первая проблема состоит в предоставлении некачественных услуг; вторая — с невозможностью завоевать свой сегмент потребителей, от чего страдает количество, нанося огромный ущерб прибыльности предприятия.

По мнению автора, внедрение Франкфуртской таблицы на туристических предприятиях города Казани станет одним из важных шагов к повышению качества предоставляемых услуг. Это приведет к тому, что менеджеры турфирм, продавая клиентам туристскую услугу, будут внимательнее и добросовестнее относиться как к процессу формирования тура, так и к вопросам, связанным с его реализацией. Очень важным моментом в данном случае выступает законодательная база в сфере туризма. Каждый менеджер по туризму должен осуществлять свою деятельность согласно федеральным законам «О защите прав потребителей», «О безопасности» и другим законодательным актам. Автор считает, что эффективности применения Франкфуртской таблицы будет способствовать составление так называемых технологических карт, которые оговорены в Государственном стандарте РФ «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг». В данной технологической карте обязательным условием является описание таких важных характеристик турпродукта, как вид маршрута, категория сложности, продолжительность путешествия, стоимость путевки. Здесь же дается программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту с указанием поставщиков услуг, экскурсионных расходов, способов передвижения и т. д.

Таким образом, внедрение Франкфуртской таблицы будет способствовать повышению качества оказываемых в сфере туризма услуг. Каждый потребитель таких услуг имеет право требовать от турфирмы компенсации за некачественные услуги. Франкфуртская таблица способствует тому, чтобы защитить права потребителя и предоставить ему возможность возмещения денежных средств в случае предоставления некачественных туристских услуг.

Список литературы

1. *Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг: государственный стандарт РФ ГОСТ Р 50681-94.* Введ. 01.01.1995. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
2. *О защите прав потребителей: федеральный закон* (Введ. 07.02.1992). № 2300-1. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
3. *Качество и стандартизация* / сокр. пер. с нем.; под ред. Х. Лилле; науч. ред. В. В. Бойцов. М., 1982.
4. *Качество гарантируют стандарты* / под ред. В. М. Огрызкова. Харьков, 1979.
5. *Тюрина И.* Франкфуртская таблица: кому, за что и сколько компенсировать. URL: www.gatanews.ru.
6. *Чудиновских Н.* От чего и как страховать путешественника. URL: www.gazeta.ru.

К. О. Воронина

(НОУ ВПО «Вологодский институт бизнеса»)

Транспортная система как фактор развития туристско-рекреационного потенциала региона

Развитие туризма трудно представить без наличия *развитой транспортной инфраструктуры*, обеспечивающей проезд туриста к конечному пункту путешествия и обратно, поэтому она имеет ключевое значение для туристской инфраструктуры и туризма региона в целом.

В Вологодской области имеются сложившаяся транспортные системы [3]:

- железнодорожная (Северная железная дорога);
- автомобильная (Вологда — Новая Ладога, Москва — Архангельск, Чекшино — Тотьма — Никольск, Тотьма — Нюксеница — Великий Устюг (Сухонский тракт), Урень — Шарья — Никольск — Котлас, Вологда — Медвежьегорск);
- водная (Рыбинское водохранилище, Шекснинское водохранилище, река Шексна, озера Белое, Онежское, Кубенское);

— воздушная (пять аэропортов в городах Череповце, Вологде, Великом Устюге, Кичменгском Городке и Вытегре).

Первое место по значимости занимает железнодорожный транспорт. Железнодорожные магистрали соединяют районы области с Москвой и Санкт-Петербургом, Архангельской и Мурманской областями, Республикой Коми, Уралом. Протяженность железнодорожных путей сообщения общего пользования на начало 2007 г. составила 769 км. В 2006 г. железнодорожным транспортом общего пользования было перевезено 5,1 млн человек (2,5 % от общего числа перевезенных пассажиров). В основном развиты пригородные перевозки. Так, 77,7 % воспользовавшихся железнодорожным транспортом общего пользования передвигались в пределах области.

Вместе с тем железнодорожный транспорт региона по уровню цен и обслуживанию может рассматриваться как основной для въездного туризма.

Целесообразным будет отметить ряд негативных факторов, сказывающихся на развитии данного вида транспорта: неудовлетворительное состояние подвижного состава, вокзальных комплексов, а также отсутствие привокзального сервиса.

Привлекательность туристского продукта зависит от условий перевозки туристов, поэтому важное значение в транспортной инфраструктуре имеет состояние автомобильных дорог. Автомобильный транспорт, обладающий определенными преимуществами (скорость, маневренность, высокая проходимость, доставка туристов непосредственно в пункт назначения, возможность остановки в любом месте), имеет хорошие предпосылки для развития. По территории области проходят автомагистрали федерального значения М-8 Москва — Архангельск и А-114 Вологда — Новая Ладога. Кроме того, из областного центра — Вологды — осуществляются пассажирские перевозки в населенные пункты всех районов области. Общая протяженность автомобильных дорог общего пользования в области на начало 2007 г. составила 12185 км. Но качество дорог не отвечает уровню мировых стандартов. Половина дорог общего пользования с твердым покрытием — это недолговеч-

ные щебеночные и гравийные дороги. Существуют и другие проблемы, на которые стоит обратить внимание: неразвитая дорожная сеть, отсутствие придорожного сервиса, низкий уровень комфортабельности автобусного парка.

Шаг за шагом повышается степень благоустройства дорог (дорожные знаки и указатели, разметка трасс и т. п.). В 2006 г. ускорились работы по приближению качества дорог области к международным стандартам. В основном это коснулось автодорог федерального значения. Было отремонтировано 157,5 км автомобильных дорог с твердым покрытием, что составило 1,4 % от их общей протяженности (в 2005 г. — 0,5 %), 546 погонных м постоянных мостов и путепроводов. По сравнению с 2005 г. объем работ по ремонту автодорог с твердым покрытием увеличился в 2,7 раза [2].

В последние годы стало значительно больше трассовых бензоколонок. В государственных и коммерческих организациях имеется 3,2 тыс. автобусов, в личной собственности граждан — более 1 тыс. автобусов и около 17 тыс. автомобилей. Автобусное сообщение и поездки на личном автомобиле — большой резерв развития внутрирегионального туризма [1].

Учитывая, что значительная часть туристов использует для поездок к местам отдыха личные автомобили, а другие пользуются местными автобусами, неразвитость дорожной сети и придорожного сервиса является серьезным препятствием для развития автомобильного туризма и доставки туристов к местам отдыха.

В современном мире существенно возросла роль воздушного транспорта как наиболее быстрого средства перемещения на большие расстояния с высоким уровнем комфорта. Актуальной проблемой для Вологодской области, имеющей большую площадь, становится авиадоступность ее отдаленных районов, в частности г. Великого Устюга [3]. Негативным моментом для воздушного вида транспорта является, главным образом, неудовлетворительное состояние взлетно-посадочных полос. Решение этой проблемы позволит принимать самолеты более высокого класса, повысить комфортность доставки туристов

на родину Деда Мороза, а также увеличить туристский поток в область в целом.

Не следует сбрасывать со счетов и возможности водного транспорта. Область имеет внутренние водные судоходные пути сообщения, протяженность которых на конец 2006 г. составляла 2116 км, что имеет немаловажное значение для развития водного туризма. В 2006 г. перевезено по экскурсионно-прогулочным маршрутам 8,3 тыс. человек (83,8 % к уровню 2005 г.). Протяженность этих маршрутов увеличилась в 1,5 раза и составила на конец 2006 г. 23,4 км [2].

По территории региона пролегает почти 500-километровая трасса Волго-Балтийского водного пути, тысячи километров судоходных рек и озер, которые являются основными точками приема большинства потоков транзитных зарубежных и многих отечественных туристов.

На сегодняшний день возможности приема туристов через существующие причалы области достигли максимума. Стоянки для приема туристских теплоходов находятся в городах Вологде, Вытегре и Череповце, селах Ирме Шекснинского района, Горицы Кирилловского района; последняя является одной из крупнейших стоянок в системе круизных туристских маршрутов России и относится к организованному круизному маршруту по Волго-Балтийскому водному пути.

Невозможно не отметить проблемы водного транспорта области, который начал возрождаться. Среди них: отсутствие современных причалов, неразвитость береговой инфраструктуры, высокая степень изношенности судов. Решение данных проблем позволит качественно и безопасно принимать туристские суда, увеличить число судозаходов в регион, а также приведет к росту туристского потока и развитию народных промыслов.

Список литературы

1. Анчукова Н. В., Москвина О. С. Туризм в экономике региона. Вологда, 2002.

2. *О развитии туризма в области: информационная записка* / Росстат. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Вологодской области. Вологда, 2007.

3. *Стратегия развития сферы туризма в Вологодской области до 2020 года: постановление Правительства Вологодской области № 1547 от 11.08.2008 г.* URL: <http://vologdatourinfo.ru/legislation/>

4. *Стратегия развития туризма в Вологодской области* / коллектив авторов под рук. В. А. Ильина, Ю. Н. Плеханова. Вологда, 2009.

С. В. Орлов,

аспирант (РГУ им. И. Канта, г. Калининград)

Использование морского транспорта в туристических перевозках

Начало морского туризма условно можно отнести к середине XIX в., когда линейные пассажирские компании начали искать пути использования пассажирских судов в период межсезонья в линейных перевозках.

Основным источником для трансатлантической линии была европейская эмиграция: за период с 1846 по 1940 г. на Американский континент из Европы эмигрировали около 60 млн человек. Обострившаяся конкуренция вынуждала судовладельцев постоянно улучшать условия проживания на судне, отделку кают и всю систему обслуживания пассажиров в рейсе, что быстро превратило суда в высококомфортабельные плавающие гостиницы. Первые сообщения о специально организованных рейсах морских пассажирских судов с целью отдыха относятся к 1835 г., когда в Англии были объявлены регулярные прогулочные рейсы между северными островами Британии и Исландией. Через два года авторы этой идеи основали судовладельческую компанию P&O. В 1840 г. компания начинает групповые турпоездки по Средиземному морю. В 1900 г. было построено судно, которое осуществляло круизы круглый год, меняя лишь регионы. Ведущими странами крупных путешествий стали Англия, США и Германия.

История советского морского туризма начинается с 1957 г., когда ВАО «Интурист» начало осуществлять на арендуемых пассажирских судах «Победа» и «Грузия» морские путешествия из Одессы в Ленинград вокруг Европы, а на «Петре Великом» — по Черному морю с туристами из соцстран. В 1960 г. на «Адмирале Нахимове» был организован первый круиз с советскими туристами на Крымско-Кавказской линии, а в 1962 г. на Дальнем Востоке — на теплоходе «Григорий Орджоникидзе» продолжительностью 20 суток с заходом в Находку, бухту Ольги, Совгавань, Холмск, Корсаков. В этот же период морской туризм начал развиваться на Севере и Балтике.

В настоящее время перевозка туристов водным транспортом в России имеет небольшой удельный вес — около 5 % общего объема транспортных путешествий. В бывшем СССР функционировало около 500 речных и морских маршрутов, которые обслуживали около 200 судов.

Россия — одна из немногих стран, где существует уникальный природный потенциал для развития круизного бизнеса. Достаточно вспомнить, что территория омывается морями Северного Ледовитого океана — Баренцевым, Белым, Карским, Лаптевых, Восточно-Сибирским и Чукотским — на севере; Балтийским морем — на северо-западе; Черным, Азовским и Каспийским морями — на юго-западе; Беринговым, Охотским и Японским морями — на востоке. К этому нужно добавить 120 тыс. рек длиной более 10 км и общей протяженностью 2,3 млн км.

Хочется отметить, что наша страна никогда не обладала культурой и опытом строительства океанских лайнеров, однако у России сохранились великолепные традиции малотоннажного флота. Наша гордость — «Николай Гоголь» — единственный в мире из продолжающих эксплуатацию колесных пароходов 1911 г. постройки. Его вместимость — 53 пассажира. Интересно, что паровая машина и система рулевого управления остались оригинальными. Это потрясающий теплоход, который пользуется у туристов, путешествующих по Северной Двине по маршруту Архангельск — Котлас — Архангельск,

большой популярностью: уже в июне все туры на «Гоголе» были распроданы до конца сентября.

Сегодня на российском рынке работают всего несколько фирм, предлагающих круизный отдых. Наиболее известные из них «Ланта-тур», «СВО туры и круизы», «Нептун», которые продают круизы западных компаний, и «Примэксpress» — единственная круизная компания, предлагающая отечественный продукт собственного производства в течение всего года. На сегодняшний день большое количество россиян предпочитают российские круизные компании. Это объясняется низкой стоимостью туров по сравнению с турами, предлагаемыми западными круизными компаниями. Также огромное значение имеет привычная для российского путешественника языковая среда.

Более того, развитие морского круизного туризма оказалось в поле внимания и первых лиц Российской Федерации. Так, премьер-министр РФ Владимир Путин подписал постановление от 7 мая 2009 г. № 397, согласно которому иностранные туристы, прибывающие в Россию на несколько дней на пароме, теперь смогут посещать российскую территорию в течение 72 часов без виз. В список портов, через которые иностранцы могут въезжать без виз, включен Большой и Пассажирский порты Санкт-Петербурга, Выборгский порт. Также льготный режим прибытия иностранцев будет применяться в Калининграде, Владивостоке, Новороссийске, Сочи и порте Корсаков (Сахалинская область). Туроператоры надеются, что эта «антикризисная» мера позволит привлечь в Санкт-Петербург и Калининград более 1 млн туристов в год.

Всего в 2007 г. в российских круизах побывало около 4,5 млн граждан России и других стран. Было совершено более 1800 круизов, 80 % из которых — по Волге и рекам европейской части страны.

Что касается мировой статистики, количество круизных пассажиров в 1995 г. составило 6 млн, в 1997-м — 8,3 млн, в 2004-м — 13,7 млн, а по прогнозам экспертов, к 2011 г. их количество может превысить 17 млн человек. Согласно отчету

Европейского круизного совета, в 2008 г. в различных круизах побывало более 4,4 млн европейцев, что составило 27 % от круизных пассажиров по всему миру. Прирост по сравнению с 2007 г. оценивается в 10,5 %. В прошлом году почти 4,7 млн пассажиров со всего мира начинали свой круиз в европейском порту — и это на 9,1 % больше, чем в 2007 г. Примерно 3,6 млн из них (77 %) были европейцами. В 1998 г. только 1,7 млн европейцев проводили свой отдых в круизе — соответственно прирост этого сегмента туристической индустрии в Европе составил 165 % за 10 лет. За тот же самый период прирост сегмента наземного отдыха — примерно 30—33 %.

Среди круизных регионов высоко котируется Средиземное море, по которому туристы любят путешествовать в летнее время. Также большим спросом пользуются круизы вокруг Европы и к норвежским фьордам. Хиты продаж — круизы с посещением столиц Западной Европы. Существует высокий интерес к круизам вокруг Южной Америки, по побережью Восточной Африки, Юго-Восточной Азии. Можно с уверенностью сказать, что мировой рынок готов к загрузке судов на круглогодичной основе.

В целом для организации круизных поездок наиболее распространенной (до 60 %) является классическая европейская система, которая предусматривает морское путешествие с заходом в различные порты и экскурсионной программой.

Однако все большую популярность завоевывает и американская система, основная цель которой — предоставление возможности круизным пассажирам отдыхать и загорать на пляжах в пунктах захода по маршруту.

В последнее время практически во всех регионах завоевывают популярность «круизы в никуда» — одно- и двухсуточные поездки без захода в другие порты. Как правило, такое судно уходит из базового порта часов около 18.00 в пятницу и возвращается в воскресенье к вечеру.

Большую популярность в настоящее время приобретают путешествия на паромовых линиях как разновидность морских круизов, в основном из-за их краткосрочности и экономичности. Со-

временные паромы, используемые в круизных целях, представляют собой многопалубные корабли. На российском рынке большим спросом пользуются путешествия на комфортабельных паромах компаний Viking Line, Silja Line, DFDS Seaways, Fjord Line, Smyril Line, Color Line, Superfast series. Несомненными лидерами спроса являются комфортабельные паромные круизы, осуществляемые на Балтийском море компаниями Silja Line и Viking Line. Причин тому несколько. Во-первых, географическое удобство порта отправления — Хельсинки. Сюда легко добраться из Москвы и Санкт-Петербурга. Во-вторых, «компактность» круиза — в наиболее коротком варианте он занимает две ночи на корабле и один день в Стокгольме. Существует возможность отправиться в этот круиз даже только на выходные. В то же время круиз может быть расширен за счет более длительного пребывания в Стокгольме и Хельсинки. В-третьих, на пароме можно проводить корпоративные мероприятия. В-четвертых, на борту паромов туристам предлагается широкий спектр развлечений: магазины беспошлинной торговли, дискотеки, рестораны по системе «все включено», бассейны и сауны. В-пятых, за короткий период туристы имеют возможность посетить столицы двух европейских государств. Продолжительность таких круизных маршрутов от 2 до 4 дней, включая посещение двух стран — Финляндии и Швеции. При размещении на паромах туристам предоставляются комфортабельные каюты различных категорий, рассчитанные на людей с разным доходом. Круизы на паромах идеально подходят для инсентив-туров¹: здесь есть все необходимое не только для отдыха, но и для проведения различных семинаров и конференций.

В мире существует около 80 круизных компаний, владеющих собственным флотом и (или) постоянно фрахтующих

¹ Инсентив-туризм — это поощрительные поездки, которые на собственные средства организует фирма для своих сотрудников или партнеров, часто - в качестве вознаграждения за достигнутые высокие показатели или особые успехи в сфере бизнеса.

круизные суда. Мировой круизный флот насчитывает около 280 судов. В ближайшее время добавится еще более 40 новых судов, из которых по меньшей мере половина будет иметь водоизмещение более 100 тыс. тонн. В сентябре 2009 г. в море вышло крупнейшее на сегодня судно водоизмещением 220 тыс. тонн «Oasis of the seas (Royal Caribbean)», на борту которого могут путешествовать 5400 пассажиров. Несмотря на кризис, билеты в первый круиз были забронированы всего за 15 минут. На сегодня стало известно, что компания Royal Caribbean International расширяет дебютный сезон своего лайнера. Круизное судно размера «Oasis» продолжает «родословную» корабля «Oasis of the Seas», который уже совершает туристические круизы. Корабль «Allure of the Seas», ориентировочно 5 декабря 2010 г., добавится в ту же категорию, что и «Oasis of the Seas», разделив с «сестрой» титул крупнейшего в мире круизного лайнера водоизмещением 225 тыс. тонн. Стартуя из порта Эверглейдз, где специально для обслуживания судов категории «Oasis» был сооружен новый терминал, «сестры» будут поочередно (то есть каждая раз в две недели) отправляться в путешествие к восточным или западным островам Карибского архипелага.

Сегодня в мире морские круизы переживают счастливый период подъема. Растет круизный флот, совершенствуются конструкции пассажирских судов, повышается их комфортабельность, разрабатываются новые морские и океанские маршруты. Таким образом, необходимо отметить, что морской круизный туризм является одним из наиболее динамично развивающихся видов туризма в мире. Все вышесказанное позволяет заключить, что интерес к круизам не пропадет еще долгое время, скорее наоборот — за круизами будущее.

Список литературы

1. Барановский А. За круизами будущее // Туризм. 2000. № 2.
2. Биржаков М. Б., Никифоров В. И. Индустрия туризма: перспективы. СПб., 2001.

3. Дементьев С. Путешествие под знаком оптимизма // Турбизнес. 2009. № 17.
4. Дурович А. П., Компанев А. С. Маркетинг в туризме: учебное пособие. Минск. 1998.
5. Радионовский М. Л. Как продавать круизы // Турбизнес. 2004. № 3.
6. Хвилер Я. Круизы всегда в моде // Турбизнес. 2002. № 13.
7. Чеботарь Ю. М. Туристический бизнес. М., 1997.
8. Экономика современного туризма / под ред. Г. А. Карповой. М., 1998.

А. А. Анплеев,

студент 5-го курса

(Казанский государственный технический университет им. А. Н. Туполева)

Технология разработки экскурсионной программы спортивно-познавательного туризма в Республике Татарстан

Интерес к туризму в России, как и во всем мире, неуклонно растет. Все больше и больше людей интересуются другими странами, курортами, понимают важность хорошего отдыха, все чаще они стараются проводить его за границей. Большинство выбирают курортный отдых, но есть и такие, кто предпочитает отдых активный: прокатиться на лыжах по заснеженным склонам гор, заняться дайвингом, альпинизмом — что может быть заманчивее для любителей ярких ощущений? В настоящее время данный вид отдыха, получивший название спортивного туризма, становится все более востребованным потребителями туристских услуг, желающими получить новые впечатления и эмоции.

Спортивный туризм является эффективным средством духовного и физического развития личности, воспитания бережного отношения к природе, взаимопонимания и взаимоуважения между народами и нациями; формой «народной дипломатии», основанной на реальном знакомстве с жизнью, историей,

культурой, обычаями народов. Это наиболее демократичный вид отдыха, характеризующийся свободным выбором формы собственной активности, для всех социально-демографических групп населения, начиная с детей дошкольного возраста, молодежи, студентов и заканчивая пенсионерами.

В последнее время в Российской Федерации проводится активная политика популяризации спорта. Она направлена, прежде всего, на оздоровление нации, ликвидацию вредных привычек, преимущественно в молодежной среде, формирование спортивного будущего страны. Описанная тенденция получила особенно широкое развитие в Республике Татарстан. Правительство выделяет огромные деньги на строительство спортивных объектов на ее территории. Ставка делается на развитие всех видов спорта, и результат не заставил себя ждать. В настоящее время татарстанские команды занимают лидирующие позиции в рейтингах спорткомитетов, имена спортсменов широко известны не только на территории Российской Федерации, но и за ее пределами.

Изучение рынка экскурсионных услуг привело к определенному выводу: потребность в экскурсиях спортивно-познавательного содержания имеется, но при этом предложений слишком мало и они не очень интересны. Зачастую туристические агентства предлагают выездные фан-туры с командой, которые стоят немалых денег, но при этом являются своего рода лотереей, в ходе которой потребитель данного тура до конца не знает, принесет ли любимая команда радость своей победой или огорчит поражением. В связи с этим для любителей спорта автором был разработан «чемпионский» маршрут, в ходе которого можно получить огромное удовольствие от прикосновения к истории древнейшего города и открыть для себя тайны чемпионов.

Актуальность экскурсионного проекта обусловлена подготовкой к XXVII Всемирной летней универсиаде, которая состоится в Казани в 2013 г., а также развитием индустрии туризма в республике.

Основные характеристики тура «Один день с чемпионами»

1. Вид: тематический.
2. Место проведения: город Казань.
3. Целевая аудитория — любители спорта (пол и возраст значения не имеют).
4. Количество участников — до 20 человек в группе.
5. Способ передвижения: комфортабельный автобус малого класса.
6. Продолжительность: 10 часов.
7. Протяженность экскурсионного маршрута: 40 км.

Цель экскурсионного тура: показать экскурсантам спортивные объекты города с использованием анимационной программы, познакомить с именитыми спортсменами ФК «Рубин», ХК «Ак Барс», БК «Уникс».

Задачи спортивно-познавательного тура:

- пропаганда занятий спортом и ведения здорового образа жизни;
- демонстрация спортивной инфраструктуры г. Казани;
- развитие спортивного и познавательного видов туризма.

В ходе разработанного автором спортивного тура туристы познакомятся с наиболее интересными спортивными объектами, посетят различные уголки города, кратко ознакомятся с историей Казани. Также они смогут пообщаться с игроками всемирно известных клубов, таких как ФК «Рубин», ХК «Ак Барс», БК «Уникс», посмотреть на мастер-класс профессионалов и получить у них автограф. Одним из интереснейших моментов тура является посещение конноспортивного комплекса «Казань», где участники смогут полюбоваться красотой грациозных животных, попробовать себя в роли жокея и пообщаться со специалистами в данной сфере.

Завершающим этапом данного тура станет посещение картинг-центра «Форсаж», где туристы смогут ощутить себя пилотами гоночных болидов, а затем после игр в мини-гольф, бильярд или боулинг отдохнуть в ресторане, наслаждаясь блюдами национальной кухни под звуки легкой музыки. В промежутках между объектами показа планируется организация анимационной программы спортивно-развлекательного характера.

Важным этапом в разработке нового туристского продукта является расчет стоимости тура и его выпуск к реализации (калькуляция). В таблице 1 представлена калькуляция тура «Один день с чемпионами» с указанием основных и дополнительных услуг, входящих в стоимость тура.

Таблица 1

Калькуляция тура «Один день с чемпионами»

Наименование	Цена на 1 человека (руб.)	Сумма (руб.)
<i>Основные услуги</i>		
Автобус малого класса марки «Мерседес» (кондиционер, аудиосистема, мягкие кресла)	—	700 руб./ч (аренда 10 часов) + 1 час подача = 7700
Питание	1500	—
Услуги экскурсовода (он же аниматор)	—	400 руб./ч (+ питание) × 10 часов = 4000
Страховка	300	—
<i>Итого</i>		11700
<i>Дополнительные услуги</i>		
Аренда карты (10 минут): одноместный, двухместный	200 300	—
Боулинг	270/ ч	—
Мини-гольф	330/ ч	—
Бильярд	100/ ч	—
Кинотеатр	250/ сеанс	—
Прокат коньков	150/ ч	—
Прокат хоккейной формы	500/ч	—
Аренда верховой лошади первый час каждый последующий	2500 1500	—

Окончание табл. 2

Наименование	Цена на 1 человека (руб.)	Сумма (руб.)
Прогулка в карете по территории МКСК «Казань» (1 час)	3000	—

В таблице 2 представлена методическая разработка тура «Один день с чемпионами», структура которой представляет собой таблицу с несколькими графами. В графе «Остановки» называются те точки маршрута, где предусмотрен выход из автобуса; осмотр объекта из окон автобуса без выхода туристов или остановка для пешеходной экскурсии. В графе «Объекты показа» перечисляют те места, основные и дополнительные объекты, которые показывают группе на остановке, в ходе переезда или передвижения группы к следующей остановке. В методическую разработку тура включаются советы по использованию движения экскурсантов относительно объектов в качестве методического приема (например, посещение фирменного магазина, покупка сувениров; ужин в ресторане и т. д.).

Разработанный тур не сразу становится товаром. Для его апробации предварительно планируется организовать рекламный тур, затем провести презентацию в вузах, школах, спортивных центрах и барах, разработать рекламную кампанию.

Внедрение спортивно-познавательного тура «Один день с чемпионами» будет способствовать развитию как рынка спортивного туризма, так и рынка экскурсионных услуг Республики Татарстан. В перспективе предполагается расширение маршрута в связи с масштабным строительством спортивных объектов для проведения Универсиады 2013 г. В дальнейшем планируется включить в программу тура и другие города Татарстана, связанные с историей развития спорта в республике, с именами выдающихся спортсменов и располагающие возможностями для организации интересной анимационной программы во время их посещения.

Методическая разработка тура «Один день с чемпионами»

Отрезок маршрута	Остановки	Объекты показа	Время	Основное содержание (развернутый план)
Привокзальная площадь	—	—	20 мин	1. Краткий экскурс в историю города Казань. 2. Политика Правительства РТ, направленная на популяризацию спорта в республике (в том числе планы, перспективы развития)
Центральный стадион, (ул. Ташаяк, 2)	Проездом	Архитектурное решение объекта	5 мин	1. Краткий экскурс в историю стадиона (в том числе игры, проведенные на данном поле, ставшие ключевыми в развитии ФК «Рубин» наиболее интересные игры (и их результаты), проведенные в рамках Лиги чемпионов 2009 г.). 2. Основные характеристики стадиона
Стадион ФК «Рубин», ул. Копылова, 2	Посещение	Тренировочная база ФК «Рубин», гостиничный, медико- восстановительный и обеденный комплексы, мастер-класс игроков команды	90 мин	1. Историческая ремарка о клубе (годы, достижения, в том числе личности, оказавшие существенное влияние на развитие клуба). 2. Обзорное посещение места размещения спортсменов, медико-восстановительного комплекса. 3. Мастер-класс игроков команды, автографы и фотосессия, возможность пообщаться с игроками. 4. Посещение обеденного комплекса, обед
Ледовый дворец «Татнефть-Арена» (ул. Чистопольская, 42)	Посещение	Архитектурное решение объекта, мастер-класс игроков команды «Ак Барс», фирменный магазин	60— 80 мин	1. Краткая информация о ледовой арене. 2. Историческая ремарка о хоккейном клубе. 3. Мастер-класс игроков команды, автографы и фотосессия. 4. Посещение фирменного магазина, покупка сувениров

«Баскет-холл» (ул. Спартаковская, 1)	Посещение	Архитектурное решение объекта, мастер-класс игроков баскетбольной команды «Уникс»	50—60 мин	1. Краткая информация о главной баскетбольной арене. 2. Экскурс в историю команды и ее текущие достижения. 3. Мастер-класс игроков команды, автографы и фотосессия
Конноспортивный комплекс «Казань» (ул. П. Лумумбы, 47)	Посещение	Архитектурное решение объекта, ипподромное поле, учебно-тренировочная площадка, хозяйственная зона, парковая и развлекательно-игровая зоны	90 мин	1. Краткая информация о конноспортивном комплексе (экскурс в историю). 2. Посещение внутренних объектов комплекса. 3. Посещение кафе (полдник)
Картинг-центр «Форсаж» (ул. Оренбургский тракт, 5)	Посещение	Картинг, мини-гольф, бильярд, боулинг, ресторан	180 мин	1. Краткий инструктаж по управлению картингом. 2. Мини-гольф, бильярд, боулинг (по желанию). 3. Ужин в ресторане

*И. С. Карибов,
студент 1-го курса
(Калининградский филиал СПбГУСЭ)*

Влияние политики США на развитие туризма в разных странах

На развитие туризма влияют различные внешние и внутренние условия, среди которых можно назвать и политическое воздействие других стран. В данной статье считаем целесообразным изучить влияние политики США на развитие туризма в разных государствах.

Рассмотрим предпосылки возникновения такого влияния. Двадцать седьмого апреля 1974 г. в основные ведомства США: Министерство обороны, Центральное разведывательное управление, Министерство сельского хозяйства, Агентство международного развития — был послан запрос, подписанный госсекретарем Г. Киссинджером. «Президент распорядился изучить влияние роста мирового народонаселения на безопасность США и соблюдение наших международных интересов», — говорилось в запросе. И не только изучить, но и предложить конкретные действия по распространению влияния США в суверенных государствах, не вызывая противодействия властей и граждан. В результате появился меморандум, аббревиатура которого напоминала ружейный код: NSSM 200 (National Security Study Memorandum). Он был составлен Советом по национальной безопасности, который является высшим органом руководства в правительстве США. Возглавляет Совет безопасности сам президент (тогда это был Никсон). Задача Совета — координировать зарубежные операции всех подразделений правительства. Двадцать шестого ноября 1975 г. меморандум стал руководством к действию в области американской внешней политики. И хотя в 1989 г. он был рассекречен, опубликование фрагментов из него стало возможным лишь в

июне 1990 г. Этот документ без всякого преувеличения можно назвать эпохальным: он на несколько десятилетий, по крайней мере до 2010 г., определил мировое развитие. Когда ознакомишься с его содержанием, многое в нашей жизни предстает в ином свете. В документе написано, что хотя население США составляет 6 % от мирового, они потребляют около трети природных ресурсов. В последние десятилетия Соединенные Штаты все больше зависят от импорта полезных ископаемых из развивающихся стран, и эта тенденция, судя по всему, продолжится. Поскольку, дезинформируя население, можно нарушить перспективы всякой стабильности, политика в области информирования людей становится весьма важной для соблюдения экономических интересов США. Не будем забывать о том, писали авторы упомянутого документа, что средства массовой информации — это четвертый орган власти. Именно они в значительной мере формируют мировоззрение, взгляды и убеждения. Ложная красивая информация, преподнесенная населению в развивающихся странах, нанесет ущерб их внутренней стабильности и отношениям с союзническими странами — со странами, в развитии которых США не заинтересованы, создавая политические проблемы или даже угрозу национальной безопасности. После того как власть в стране перейдет в интересующий Америку режим, необходимой мерой станет сокращение населения и нарушение стабильности, только после этого можно вводить войска, строить военные базы, внедрять инвестиции, выкачивать ресурсы. Какой-то минимум ограбленной стране все-таки планировалось оставлять, пусть верят, что в международном экономическом порядке для них тоже что-то есть, иначе концессии иностранных компаний будут экспроприированы или подвергнуты жестокому нападению, хотя подобные кризисы наименее вероятны при низком или отрицательном росте населения. Когда в стране перенаселение приводит к массовому голоду (а речь идет о странах, богатых полезными ископаемыми, которые прекрасно могли бы прокормить свое население), значит, есть страна-упырь, называющая себя по законам информационной войны

страной-донором. Это как будто про США сказано, хотя, конечно, в то время американцам такой успех и присниться не мог, они планировали развязать вначале информационную, а потом и демографическую войну, прежде всего в Индии, Бангладеш, Пакистане, Нигерии, Мексике, Индонезии, Бразилии, Египте, Турции, Эфиопии, Таиланде, Колумбии и на Филиппинах. Главное, подчеркивали авторы документа, что молодые люди более подвижны, нестабильны, склонны к экстремизму, оппозиционности и насилию, чем старшее поколение. Их легче мобилизовать на атаку институтов законной власти или собственности.

Как видим, авторы меморандума прекрасно понимают, на какую «кнопку давить», чтобы добиться смены политического режима. Америка вкладывает все больше и больше средств в программы снижения рождаемости и все меньше — в программы развития и здравоохранения в странах третьего мира после внедрения своего аппарата.

Рассмотрим, как именно осуществляется политическое воздействие США на развитие туризма разных стран. Необходимо заметить, что нестабильная политическая и экономическая ситуация в стране влияет на развитие туризма. Например, в Египте, известном российским туристам хлебосольством и гостеприимством, начались голодные бунты. По меньшей мере два человека погибли в результате беспорядков, возникших в очередях в пекарни беднейших кварталов Каира. Египетская полиция напала на демонстрантов, которые сорвали щит президента Хосни Мубарака в Северном городе на почве недовольства низкой заработной платой и ростом цен. Международный аэропорт столицы Таиланда временно приостановил вылет всех самолетов из-за того, что оппозиция блокировала основную магистраль, ведущую к терминалу. В целях безопасности пассажиров были временно приостановлены все вылеты из аэропорта до нормализации ситуации. На улицах городов Греции массовое скопление людей вылилось в бунты на почве недовольства низкой заработной платой и ростом цен. Греция оказалась «слабым звеном» еврозоны после того, как

из-за мирового кризиса резко вырос бюджетный дефицит и долг, а правительство страны фактически отказалось от энергичных мер по стабилизации ситуации. Недавно оппозиция взяла власть в Киргизии на волне массовых беспорядков, в результате которых погибли по меньшей мере 75 человек и более 1 тыс. были ранены, а глава государства бежал из столицы. Руководством России в этой ситуации было принято решение о выделении финансовой помощи Киргизии в размере 50 млн рублей.

Целесообразно отметить, что нестабильная политическая обстановка в стране влияет на развитие туризма, который непосредственно участвует в создании национального дохода. Прямое влияние туризма на экономику страны — это результат расходов граждан на покупку услуг и товаров туризма. Деньги, потраченные туристами в месте пребывания, создают доход страны. Например, более 1 млн иностранных туристов посещают Киргизию за год. В Таиланде туризм приносит 10 % дохода, а в Египте 14 % от всего ВВП страны приходится на долю туризма, столько же процентов населения задействовано в этой деятельности. Туризм обеспечивает 18 % греческой экономики, которая оценивается в 240 млрд евро (324 млрд долларов).

Главное для туриста — его безопасность. Немногие захотят отдыхать в стране, в которой происходят бунты, гремят взрывы, льется кровь. Никого не устроит пустой отель, пусть он будет хоть пятизвездочным, когда в нем не хватает обслуживающего персонала. Беспорядки в стране расшатывают ее экономическую систему, так как любые акции протеста отпугивают туристов.

Как уже упоминалось ранее, при помощи средств массовой информации ломается мировоззрение, в первую очередь молодых людей, а также пожилого населения. И рассматривая ситуацию, когда в стране нет стабильности, нужно отметить, что для ее экономики это порочный замкнутый круг. Потому что пока в стране война, турист там отдыхать не станет и прибыль не принесет.

Но всегда есть крайние меры, которые в роли спасителя предлагают США. Это страна, которая везде и нигде, ни в чем

не виновата и выступает в роли «всемирного шерифа». В Киргизии Америка предлагает построить еще одну военную базу и купить золото за доллары. В Таиланде — построить военную базу и внедрить свои инвестиции. С Израилем они уже давно союзники. И власти Израиля никто не пытался остановить, когда те бомбили Палестину. Только с Египтом получился другой сценарий, там скорее вышла ошибка властей, которые в надежде, что еды хватит всем, засеяли большую часть полей биотопливом. В итоге — голод и возмущенные толпы народа.

Анализируя политическое влияние США на развитие туризма в разных странах, считаем целесообразным отметить положительный подход руководства нашей страны к сохранению политической стабильности и к перспективному развитию туризма в России в целом и в Калининградской области в частности.

Рассмотрим влияние экономической нестабильности на развитие туризма в Калининградской области, которую до 1990 г. ежегодно посещали примерно 30 тыс. туристов, значительная часть которых прибывала маршрутами «выходного дня». В начале 1990-х гг. прежняя система внутреннего туризма становится недееспособной. Наступившая либерализация зарубежного туризма, когда граждане страны получили возможность путешествовать за рубеж, а профсоюзы перестали дотировать путевки, привела к резкому спаду внутреннего туризма. За три года (с 1990-го по 1992-й) число отечественных туристов сократилось в Калининградской области с 30 тыс. до 2 тыс. человек, т. е. в 15 раз. Это время, когда в стране не было стабильности, шла перестройка. С 1995 г. число туристических поездок в Калининградскую область характеризуется постоянным увеличением со среднегодовыми темпами роста 12,5 % (в России — 15,6 %). В условиях рынка внутренний туризм создается практически заново, и этот процесс сопровождается перераспределением собственности, сокращением государственного сектора, давлением на социальную сферу. Всего с 1997 по 2004 г. Калининградскую область по многодневным программам посетили около 2 млн туристов.

Экономическую эффективность туризма предлагаем рассмотреть на примере Светлогорского городского округа. На

курорте «Светлогорск-Отрадное» нет промышленных предприятий или крупных транспортных комплексов. Доходная часть его формируется преимущественно за счёт туристской деятельности. В 1999 г. собственные доходы СГО составили 17,9 млн рублей, в 2000-м — 27,6 млн, в 2001-м — 46,7 млн, в 2002-м — 59,7 млн, в 2003-м — 78,8 млн рублей. В течение 4 лет собственные доходы возросли на 340 %. Такой рост не наблюдается ни в одном муниципальном образовании. Проанализировав всю хронологию событий, мы можем на примере своей области увидеть, как болезненно переносит туризм различные политические перестройки и сколько времени требуется, чтобы войти в нормальный рабочий ритм. В связи с этим особого внимания заслуживают работы В. С. Бильчака, В. С. Корнеевца, Г. М. Федорова, Е. Г. Кропиновой и других ученых, которые способствуют дальнейшему развитию и эффективному управлению в сфере туризма Калининградской области.

Список источников

National Security Study Memorandum 200 (NSSM 200). URL: www.population-security.org/28-APP2.html

*В. В. Пштыка,
аспирант (РГУ им. И. Канта, Калининград)*

**Состояние сферы туризма Калининградской области
в условиях кризиса**

Финансово-экономический кризис, начавшийся в конце 2008 г., затронул и туристическую сферу. Постепенно покупательная способность населения падала, снижался спрос и на туристические услуги. Люди стали меньше ездить в отпуска или предпочитали более бюджетный вариант отдыха (например, поездка в Прагу вместо Барселоны).

Оценить состояние сферы туризма можно по статистическим данным. Мы будем опираться на статистику, и так как в нашем регионе нет проблем с выездным туризмом, практиче-

ски весь туризм у нас нацелен на выезд. Посмотрим главные показатели туристической состоятельности любого региона — количество въехавших туристов в область в год, при этом дифференцируем туристические потоки на российские и иностранные (табл. 1).

Таблица 1

**Количество туристов, посетивших Калининградскую область
(тыс. человек в год)**

Год	Иностранные	Российские	Всего
2000	59,1	164,2	223,3
2001	60,1	182,3	242,4
2002	63,2	211,5	274,7
2003	66,7	224,2	290,9
2004	71,4	239,8	311,3
2005	76,4	256,6	333,1
2006	81,7	274,6	356,4
2007	88,2	308,5	396,7
2008	119,6	400,4	520
2009	83	277	360

Источник: [1].

Анализируя представленные данные, можно сказать, что въездная туристическая активность за 9 лет (до 2008 г. включительно) увеличивалась. Была четко выражена постоянная положительная динамика. Также ясно видно, что доля иностранцев была всегда мала: от 20 до 30 %; эти цифры не получалось изменить последние 10 лет. Несмотря на то что статистика показывает постоянный рост, цифры все же крайне малы. Если сравнивать туристические прибытия с соседними регионами, то ситуация в Калининградской области выглядит плохо. Например: маленький литовский городок Нида, находящийся в 4 км от самого западного региона России, принимает туристов больше, чем вся Калининградская область.

В 2009 г. количество туристов в регионе уменьшилось по отношению к предыдущему году, это произошло впервые за

последние 10 лет. Спад по сравнению с 2008 г. оказался довольно существенным, особенно если учитывать прогнозы специалистов, составленные до начала первой волны кризиса. До кризиса предполагалось, что в 2009 г. Калининградскую область посетит около 1 млн туристов. Если бы это произошло, увеличение количества туристов было бы очень существенно — в 2,5 раза. В конце 2008 — начале 2009 г. под воздействием финансово-экономического кризиса цифры были основательно пересмотрены. Поэтому можно говорить не только о фактическом спаде посещаемости области, но и о перспективном уменьшении туристов, об упущенной выгоде, другими словами.

Для большей наглядности мы построили график, который четко показывает положительный рост, резкий скачок популярности региона в 2008 г. и не менее резкое падение в 2009 г. (см. рис.).

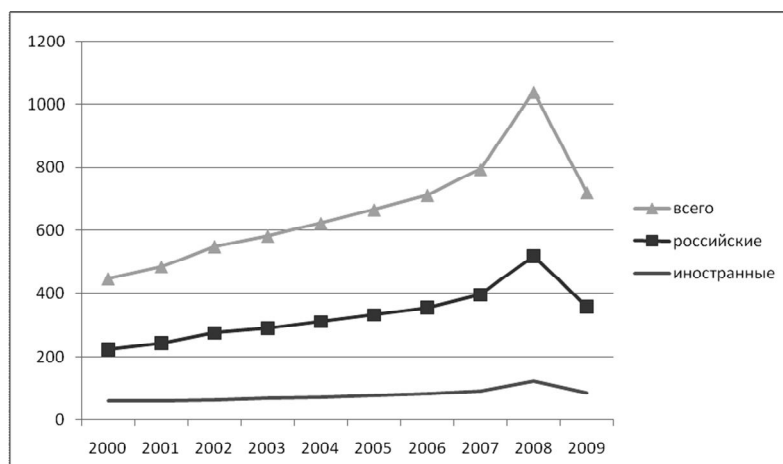


Рис. Динамика посещаемости Калининградской области российскими и иностранными туристами

Источник: [1].

Примечательно, что если бы в нашей и общемировой экономике не наступил кризис и прогноз специалистов из областного Правительства, отвечающих за развитие туризма, сбылся, то цифры графика пришлось бы значительно увеличивать. На реально вместо планируемого 1 млн область посетили около 360 тыс. человек.

Если рассматривать представленные показатели, но уже под другим углом, оценивая, как в процентном отношении менялось число туристов, ежегодно приезжающих в Калининградскую область, картина выглядит следующим образом (табл. 2).

Таблица 2

Изменение динамики посещения Калининградской области

Год	Всего (тыс. человек)	Изменение динамики посещения области, %
2000	223,3	
2001	242,4	+ 8,6
2002	274,7	+ 13,3
2003	290,9	+ 5,8
2004	311,3	+ 6,9
2005	333,1	+ 7
2006	356,4	+ 7
2007	396,7	+ 11,2
2008	520	+ 38,6
2009	360	- 30,8

Источник: [1].

Если рассматривать динамику роста в тысячах человек, то она не так интересна, если же посмотреть на нее в процентах — картина становится другой. Прирост около 7 %, который был с 2003 по 2006 г., — это очень хорошая динамика роста туристического потока; 2001 г. и особенно 2002-й были крайне удачными. Удивительно, что не отмечен значительный прирост

туристического потока в 2005 г., когда праздновали 750-летие Кёнигсберга. Тогда в течение трех дней, пока проходило празднование дня Калининграда, гостиницы города были «забиты под завязку». Однако у медали есть обратная сторона. Многие из тех, кто поселились в гостиницах, были не приезжими, а жителями области (в особенности молодежь), которые на 2—3 дня сняли недорогие номера, чтобы не тратить время на постоянные переезды. Вообще особняком стоят 2007 и 2008 гг. Прирост в 38,6 % — это просто взрыв туристского рынка, однако в других цифрах — это всего чуть более 120 тыс. человек, т. е. никакого взрыва и рывка не было, но эта динамика заслуживала внимания. Однако потом вмешался кризис и вернул все на свои места.

Хотелось бы, не касаясь кризиса, рассмотреть соотношение российских и иностранных туристов, посещающих Калининградскую область. Соответствующие цифры остаются приблизительно на одном уровне вот уже 10 лет, и даже кризис не нарушил баланса. Не более 30 % иностранцев от общего потока туристов приезжают в Калининград. Существует много факторов, сдерживающих иностранцев от посещения региона. Главный из них — несоответствие цены и качества европейским стандартам. Например: за деньги, потраченные в Калининграде на недельный отдых, турист может отдохнуть 10 дней в Польше, Литве, Латвии, Чехии или неделю в Египте, Турции, Хорватии. При этом уровень обслуживания в Калининграде на порядок ниже, чем во всех вышеперечисленных странах. К существующим недостаткам можно добавить отсутствие ярких достопримечательностей. Поэтому если к нам в область туристы все же приехали, отдых их будет недолгим — инфраструктура развлечений развита слабо, достопримечательностей немного. Те же факторы отпугивают и российских туристов. В основном в регион прибывают гости из столицы, которые имеют привычку каждый год посещать новое место отдыха. Побывав в основных курортах, предлагаемых туристическими фирмами, они добираются и до отдыха на родине. Посетив Сочи, направляются в Калининградскую область, в основном

на Куршскую косу, в Светлогорск и Зеленоградск. После отдыха в Сочи российские туристы уже готовы к высоким ценам за низкокачественный сервис в России, поэтому «ценник» на путевку на Балтийское побережье не очень смущает россиян. Однако почти никто не приезжает в отпуск на запад России второй раз. За неделю пребывания в Калининградской области турист успеет познакомиться со всеми интересными и неинтересными местами в Калининграде и окрестностях, ощутить всю изменчивость балтийской погоды и не успеет привыкнуть к холодному морю.

Анализируя туристический поток, въезжающий в Калининградскую область, можно сказать, что большинство туристов — это курортники-сезонники, т. е. те люди, которые приезжают в регион в среднем на неделю для отдыха на побережье. Основные месяцы для такого отдыха — с мая по октябрь. Пик приходится на летние месяцы. Таких отдыхающих много, но только если оценивать их численность от общего количества туристов за год.

Незначительную долю представляют бизнесмены, приезжающие круглый год, но бизнес-туризм у нас пока не развит. Все попытки создания бизнес-отелей заканчивались неудачами. Этому есть много объяснений: во-первых, те отели, которые причисляли себя к классу «бизнес», таковыми не являлись. Бизнес-отель предполагает наличие крупных конференц-залов, переговорных комнат, мощной мультимедийной поддержки. Таких отелей у нас нет. Те же, кто позиционировали себя как бизнес-отели, выстраивали соответствующую ценовую политику, но качество и обслуживания, и самого отеля не отвечало запросам. Как следствие — в кризис такие заведения терпят огромные убытки, некоторые уже обанкротились.

Немецкие туристы все же поддерживают планку нашего въездного туризма на определенном уровне, хотя и небольшом. Ностальгический туризм остается актуальным, пока живы те люди, которые родились здесь и приезжают взглянуть на свою родину. Количество таких туристов становится год от года меньше, и для жителей Германии наш регион представляет все меньший интерес.

Существуют еще «челноки», которые тоже делают статистику въездов в Калининградскую область. Жители Литвы и Польши ежедневно выстраиваются в длинные очереди, чтобы заехать к нам за недорогим топливом, сигаретами и спиртным. Неизвестно, в какой мере учтены такие «туристы». Если же в статистике «челноки» учтены, тогда можно предположить, что цифры в таблице 1 надо делить пополам.

Назвав все основные сдерживающие для туристов факторы в Калининградской области, хочется все-таки отметить, что повышать количество туристов можно и нужно. Думается, что необходимо не просто увеличить объем въездного туризма в регион, но и значительно увеличить долю посещения области иностранными туристами. На наш взгляд, она должна превышать долю внутреннего туризма. Всего этого можно добиться, но не словами, стратегиями, конференциями и семинарами по проблематике туризма в нашей области. Огромное количество бумаги и времени истрачено на доказательство того, что наш регион — перспективная и конкурентоспособная зона для развития туризма. Несмотря на это, местные власти опять тратят большие суммы на очередную стратегию туристического развития Калининградской области.

Последние несколько лет все развитие инфраструктуры туризма в области заканчивалось строительством частными инвесторами (зачастую местными) гостиниц. Причем гостиниц настроили столько, что возникал вопрос: кто в них будет жить? Как следствие — несколько обанкротившихся гостиниц в Калининграде за 2009 г. Всё это не значит, что гостиницы не нужно строить, наоборот — строительство новых отелей в Калининградской области необходимо. Просто нашему региону нужно больше гостиниц с умеренной ценой проживания и категории двух и трех звезд. Можно сравнить цены на гостиницы в Польше и в Калининграде, разница будет существенная. Например: цена одноместного номера в отеле «Манор» Ольштын, Польша (четыре звезды) составляет 1200 рублей, включен завтрак, ужин, неограниченное пользование развлекательным центром (боулинг, бильярд и т. д.). Цена одноместного номера в отеле «Кайзерхоф» в Калининграде, Россия (четыре

звезды, аналогичен отелю «Манор» по качеству, размеру и услугам) составляет 4500 рублей, включен завтрак и пользование спа-центром с 7 до 10 утра. Один пример наглядно показывает разницу в ценообразовании рынка гостиничных услуг двух соседствующих субъектов туристического рынка, борющихся за европейских клиентов. Аналогичная ситуация и в ресторанной сфере услуг, и в туристической индустрии.

В формировании туристской инфраструктуры Калининградской области существуют и положительные моменты. Например, строительство «Рыбной деревни» — отличный проект, хотя гостиницы, находящиеся сейчас в этом комплексе, переживают нелёгкое время. Даже в период кризиса они не опускают цены, как мы видели из вышеприведённого примера.

Оценивая ситуацию, в которой находится сфера предоставления услуг в Калининградской области, можно сказать, что ничего катастрофического не происходит, нет огромного оттока туристов из региона (пусть 30,8 % никого не вводят в заблуждение — это всего 160 тыс. человек), гостиницы функционируют, турфирмы работают, в ресторанах вечерами аншлаг, очереди в ночные клубы не уменьшаются. Ситуация стабильна, несмотря на кризис. Сейчас действительно тот момент, когда можно воспользоваться «затишьем» на рынке туристических услуг Европы и подняться для начала до уровня наших соседей — Польши и Литвы. Для этого нужно одно: решительное вложение денег во всю сферу услуг Калининградской области.

Список литературы

1. *Развитие* Калининградской области как туристического центра на 2007—2011 годы: постановление Правительства Калининградской области от 16 февраля 2009 года № 69. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
2. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: федеральный закон от 24 ноября 1996 г., № 132-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

3. *О Федеральной целевой программе развития Калининградской области на период до 2010 года*: постановление правительства РФ от 07.12.2001 № 866. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

4. *О туристской деятельности в Калининградской области*: закон Калининградской области от 10 декабря 2007 г. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

3. Официальный сайт гостиницы «Манор». URL: <http://www.manorhotel.pl/>

4. Официальный сайт гостиницы «Гелиопарк». <http://www.heliopark.ru/>

5. Официальный сайт комитета по туризму Калининградской области. URL: <http://www.tourismkaliningrad.ru/>

М. В. Дробиз,
студент 5-го курса
(РГУ им. И. Канта, Калининград)

Перспективы развития экологического туризма в Калининградской области и поиск новых решений для улучшения ситуации

Экологический туризм — путешествия к уникальными природными объектами [1]. Экотуризм — это природоориентированный туризм, который включает в себя изучение окружающей среды и служит для улучшения обстановки в ней. В последние десятилетия не утихают споры об отнесении конкретных видов туризма к типу «экологический»; как правило, это делается по факту соответствия определенного типа туризма принципам экотуризма. Мнения различных ученых по этому вопросу расходятся, однако общими являются следующие принципы [2]:

- экологический туризм должен быть обращен к природе и основан на использовании преимущественно природных ресурсов;
- экологический туризм не должен наносить ущерб природной среде или допускать лишь минимальный ущерб, который не подрывает экологическую устойчивость среды;

- экологический туризм должен быть нацелен на экологическое образование и просвещение, формирование отношений «равноправного партнерства» с природой;
- экологический туризм должен заботиться о сохранении местной социокультурной среды;
- экологический туризм должен быть экономически эффективным и обеспечивающим устойчивое развитие тех районов, где он осуществляется.

Туристический рынок Калининградского региона работает в основном на выезд за пределы области. Для той небольшой доли рынка — въездного туризма — объектами чаще всего являются собственно Калининград, побережье Балтийского моря (курортные города), природа национального парка «Куршская коса» — стандартные составляющие «визитной карточки» региона для рекреантов, приехавших на короткий срок.

Финансовый оборот экологического туризма Калининградской области на данный момент по отношению к общему объему рынка составляет не более 7—8 %. Эту очень небольшую часть оборота образуют в основном объекты сельского туризма (усадебные, гостевые дома) и экскурсионно-маршрутная деятельность по соответствующим экотуризму ландшафтам и местностям (чаще всего — ландшафты Куршской косы). В последние годы начинает развиваться водный туризм: маршруты по Куршскому заливу, байдарочный, а также лодочный сплавы по крупным рекам области постепенно набирают обороты, завоевывая и формируя свою аудиторию. Особо охраняемые природные территории (кроме национального парка «Куршская коса»), являясь по своей сути непосредственными объектами экотуризма, себя не оправдывают (по появившейся информации, некоторые заказники с 1 января 2010 г. не существуют даже на бумаге). Велотуризм не находит конкретной государственной поддержки — в нашем регионе почти нет велодорожек. Сельский туризм не может спокойно развиваться по причине национального менталитета (несоблюдение норм безопасности в обмен на невысокие цены для потребителя) и слабой государственной поддержки. Культурный туризм живет только за счет различных ежегодных проектов и грантов по

отдельным объектам, принцип комплексности в данном вопросе используется лишь для обобщений в отчетах по таким проектам.

В связи с этим автор предлагает использовать в туристическом отношении принципиально новый вид маршрутных магистралей, достаточно экологичный и экономически дееспособный. Законсервированные и редко используемые железные дороги области являются наследием немецкого периода истории. Восточная Пруссия, особенно ее северная часть, имела развитую сеть железных дорог [3]. В настоящее время в регионе имеются участки, не задействованные в транспортном сообщении, которые без использования и должного содержания неизбежно придут в упадок за несколько лет. По ним можно проложить туристические маршруты с учетом принципов экологического туризма, рационального природопользования и устойчивого развития. Законсервированные линии, самыми протяженными из которых являются Светлогорск — Приморск, Советск — Железнодорожный и Нестеров — Красное (около 40 км каждая), могут стать магистралями для уникальных экотуристических маршрутов. Кроме названных железнодорожных веток также могут быть использованы небольшие ответвления — на Храбово, Прибрежный, дорога Советск — Неман, сохранность полотна которой предстоит выяснить.

На данный момент местное сообщение Калининградской железной дороги (пригородные поезда) на 35—40 % дотационно со стороны государства. Предлагаемые проекты способны улучшить сложившуюся ситуацию, когда встает вопрос непопулярности тех или иных направлений.

Подводя итог, сформулируем основные идеи. Железные дороги планируется использовать в качестве редкой для туристических маршрутов транспортной магистрали, средства передвижения — нескольких типов: от велодрезины на коротких участках до мини-вагонов повышенной комфортности с электродвигателем (проект требует детальной проработки), объекты туризма — интересные природные и культурные объекты

области, расположенные вдоль маршрутов (например, маяк на северо-западной оконечности Калининградского (Самбийского) полуострова мысе Таран или гидрологический памятник природы — участок поймы реки Красная).

В Калининградской области такие проекты еще не разрабатывались, подобные идеи использования железных дорог региона не озвучивались. Перспективный интерес со стороны посетителей пока трудно определить, так как сейчас нельзя точно сказать, сколько участков можно использовать для маршрутов экологического туризма в ближайшие два-три года. Однако подобное применение имеющихся малоиспользуемых ресурсов области даст определенный эффект в инновационном развитии региона.

Список литературы

1. *Бабкин А. В.* Специальные виды туризма: учеб. пособие. Ростов н/Д, 2008.
2. *Колбовский Е. Ю.* Экологический туризм и экология туризма: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М., 2006.
3. *Миловский В. А.* Калининградская область. Следы прошлого. URL: http://www.milovsky-gallery.albertina.ru/index_r.phtml?chnum=17 (дата обращения: 07.04.2010).

*А. А. Оржеховская,
аспирантка (РГУ им. И. Канта, Калининград)*

Экологические маршруты Калининградской области

Международный туризм в наши дни — составляющая часть большого бизнеса. По данным ВТО, за 2008 г. показатель международных туристских прибытий вырос на 2 % и составил 922 млн человек (на 18 млн человек больше, чем в 2007 г.). По оценкам ВТО, доходы отрасли в этот период составили в

общей сложности более 944 млрд долларов в год. При этом люди начинают все чаще задумываться об экологических последствиях путешествий. Не случайно 2002 г. был объявлен Организацией Объединенных Наций «Годом экологического туризма» [1].

Приоритетными в экотуризме являются сознательное использование окружающей среды и принципы устойчивого развития, которые, согласно определению ВТО, должны удовлетворять экономические, социальные и эстетические потребности туристов, сохраняя и увеличивая используемые ими культурные и экологические ресурсы принимающих стран [2].

Экотуризм стимулирует и удовлетворяет желание общаться с природой, предлагая целенаправленные путешествия в нетронутые или малоизмененные природные территории, представленные во всем мире, как правило, национальными и природными парками, заповедниками, заказниками, резерватами, памятниками природы. При этом экотуризм отличается относительно слабым негативным влиянием на природную среду и побуждает туроператоров и туристов содействовать охране природы и социально-экономическому развитию территорий. Основные цели экотуризма — экологическое образование, повышение культуры взаимоотношений человека с природой, выработка этических норм поведения в природной среде, воспитание чувства личной ответственности за судьбу природы и ее отдельных элементов, а также восстановление духовных и физических сил человека, обеспечение полноценного отдыха в условиях естественной природной среды.

В целевой региональной программе «Развитие Калининградской области как туристического центра на 2007—2011 годы», принятой в феврале 2007 г., отмечается, что «реализация экологоориентированных мероприятий и международных проектов, направленных на развитие экологического туризма, создание новых экологических маршрутов и направлений, развитие сельского и активного туризма, окажет непо-

средственное положительное влияние на состояние окружающей среды как отдельных районов, так и региона в целом» [3].

Экотуризм для региона — достаточно новый вид туризма. Ввиду этого экологические туры имеют, как правило, индивидуальный характер. То есть путешествия по маршрутам совершают небольшие группы, а зачастую и индивидуальные туристы. Маршруты, действующие на территории края, разработаны по инициативе муниципальных образований, с привлечением специалистов высших учебных заведений области и туристических фирм.

Наиболее посещаемый маршрут, ставший обязательным пунктом большинства туров региона, — Куршская коса. Это уникальный природный объект представляющий собой песчаные дюны, разделяющие Куршский залив и Балтийское море. Находящаяся на территории Российской Федерации часть Куршской косы была объявлена заповедником, а с 1987 г. является национальным парком. Благодаря природной и культурной ценности Куршская коса занесена в реестр природного наследия ЮНЕСКО в 2000 г. Природная среда на Куршской косе очень чувствительна, поэтому во время пребывания здесь следует строго соблюдать правила.

Отправная точка пешеходных и велосипедных экомаршрутов — Зеленоградск, который имеет железнодорожное и автобусное сообщение с Калининградом. Любители коротких водных прогулок могут отправиться в путешествие вдоль косы по Куршскому заливу. В скором будущем здесь планируется открытие современного комплекса с пристанью для яхт и небольших судов [4].

Часть территории области занята верховыми и низинными болотами, площадь которых неуклонно сокращается вследствие проведения мелиоративных работ. В последнее время все большее признание находит идея охраны верховых болот как накопителей и регуляторов влаги, как заповедников флоры и фауны.

Один из маршрутов пролегает в 8 км от г. Правдинска. Здесь находится уникальное болото Целау, которое вызывало интерес биологов в течение столетий. Болото образовалось около 10 тыс. лет назад после схода ледника и включает в себя комплекс крупных и мелких озер. Это единственный такого рода природный объект в Европе, где хранятся огромные запасы торфа и около 700 тыс. м³ чистой отфильтрованной воды. Многие обитатели флоры и фауны болота Целау занесены в Красную книгу региона. Прохождение по этому маршруту можно совместить с посещением Правдинска, где до наших дней сохранились постройки XIV в. [4].

Второй маршрут пролегает вблизи восточного побережья Куршского залива, основным объектом посещения является Большое Моховое болото, находящееся между городами Полесск и Славск. Размер болота — более 4900 га. Верховая система Большого Мохового болота объединяет два крупных болотных массива — Громовский и Лаукненский, — расположенных на водоразделе реки Ржевки и Головкинского канала. Это одно из немногих самых древних болот, сохранившихся в Европе. Растительный мир здесь очень схож с растительным миром болота Целау [4].

На юго-востоке региона находится Красный лес, легендарный Роминтен, который был самым крупным лесным заповедником на территории Германии. Сейчас большая его часть принадлежит России — примерно две трети и (одна треть принадлежит Польше). Часть польской Роминтенской пуши имеет статус охраняемой территории. Российская часть пуши известна как Красный лес. Здесь и по сей день находится охраняемый государством заповедник дикой природы, который простирается на сотни километров Виштынецкой возвышенности [5].

Озеро Виштынец по праву можно считать природной жемчужиной региона. Оно имеет впечатляющие размеры: занимает площадь 16,6 км², глубина около 54 м. Объем чистой пре-

сной воды в озере настолько велик, что его относят к самым крупным водохранилищам с пресной водой в Европе [4].

В рамках решения возникающих проблем, касающихся загрязнения окружающей среды и развития экологического и водного туризма муниципалитет г. Озёрска при поддержке Европейского союза реализовал международный проект «Наша экология — наше будущее». Мероприятия проекта направлены главным образом на проведение гидрологических исследований рек Анграпа и Красная и определение привлекательных туристических маршрутов на территории Озёрского района. Исследования проводились студентами Российского государственного университета им. И. Канта и студентами из Польши (г. Элк), имеющими опыт в реализации подобных проектов. Именно такое сотрудничество позволило грамотно скоординировать мероприятия проекта, и в ходе проведения 10-дневного эколагеря были разработаны велосипедно-байдарочные маршруты, включающие не только сплавы по р. Анграпа и ее притокам и велосипедные заезды, но и посещение памятников истории, сохранившихся в районе [6].

Объекты экологического туризма есть и в других районах Калининградской области. Например, в Нестеровском районе, в пос. Ильинское находится дендропарк, средний возраст деревьев в котором 70—90 лет [5].

В прибрежной зоне центральной части пос. Янтарный с конца XIX в. сохранился парк «Янтарный» — памятник природы регионального значения с редкими видами деревьев, возраст самых старейших из них 160—200 лет. Это прекрасное место для пеших и велосипедных прогулок на свежем морском воздухе [7].

«Экологизация» общественного сознания и поведения, и в частности экологический туризм, оказывают в последнее время существенное влияние на «жесткие» формы туризма. Теперь многие туристы во время отпуска, во-первых, охотно сочетают двух- или трехнедельные «пляжные» программы с короткими сугубо экологическими экскурсиями. Во-вторых, они,

хотя и отдают предпочтение весьма комфортабельному отдыху в экологически благоприятных условиях, побуждают владельцев отелей и власти курортов заботиться об охране окружающей среды, внедрять в индустрию туризма экологичные технологии [1].

Экологический туризм в Калининградской области может получить активное развитие благодаря наличию на ее территории природных объектов, краеведческих музеев, экологотехнологичных хозяйств, программа посещения которых в сопровождении квалифицированных гидов предусматривает изучение традиционных форм природопользования, ознакомление с местными экологическими проблемами и вовлечение туристов в процесс решения этих проблем.

Для успешного развития экологического туризма в области необходимо обратить внимание на то, что пункты отдыха туристов, транспорт, питание должны соответствовать всем экологическим стандартам и нормам, не нарушать экологическое равновесие и не портить облик окрестного ландшафта. Прохождение маршрутов должно сопровождаться квалифицированными гидами, а объекты экологического туризма — находиться под пристальным вниманием со стороны властей региона.

Список литературы

1. Арсеньева Е. И., Кусков А. С., Феоктистова Н. В. Основные концепции и направления современного экотуризма: компаративный анализ // Туризм и культурное наследие: межвуз. сб. науч. тр. Вып. 2. М., 2005. С. 186—205.
2. Бочкарева Т. В. Экотуризм: анализ существующего международного опыта: доклад. М., 2003.
3. Целевая программа Калининградской области «Развитие Калининградской области как туристического центра на 2007—2011 годы». Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
4. *Touring of Kaliningrad region* / Департамент туризма Министерства экономики Правительства Калининградской области. Калининград, 2009.

5. *Официальный сайт администрации Нестеровского района.* URL: <http://www.admnesterov.ru/> (дата обращения: 11.04.2010).

6. *Официальный сайт администрации Озерского района.* URL: <http://www.eco.ozyorsk.ru/> (дата обращения: 11.04.2010).

7. *Официальный сайт администрации поселка Янтарный.* URL: <http://www.yantarniy.ru/> (дата обращения: 11.04.2010).

8. *Официальный сайт администрации Зеленоградского района.* URL: <http://zelenogradsk.com/> (дата обращения: 11.04.2010).

9. *Официальный сайт Комитета по туризму Правительства Калининградской области.* URL: <http://www.tourismkaliningrad.ru/> (дата обращения: 11.04.2010).

10. *Официальный сайт Всемирной туристской организации.* URL: <http://www.unwto.org/> (дата обращения: 11.04.2010).

11. *Официальный сайт Калининградского областного историко-художественного музея.* URL: <http://www.westrussia.org/> (дата обращения: 11.04.2010).

В. Ю. Гудовщikov,
студент 3-го курса (РГУ им. И. Канта, Калининград)

Направление развития активных видов туризма в Калининградской области

Туризм является одной из распространенных форм отдыха и хорош тем, что каждый находит в нем то, что ему интересно. Кому-то нравятся горы, кому-то реки, кто-то любит отдыхать на пляже, а кто-то — испытывает себя на прочность в активных видах туризма, которые тоже могут помочь человеку снять усталость. Этому служит набирающий силу во всем мире, и особенно в России, экстремальный туризм. Все больше людей стремятся увидеть красоты подводного мира, спуститься по горному склону на лыжах и даже прыгнуть с парашюта.

В Европе, например, экстремальный туризм начал развиваться быстрыми темпами и приобретать массовый характер в конце 1980-х — начале 90-х гг., в Калининградской области — с середины 1990-х. Несмотря на то что этот вид туризма из

года в год становится все более популярным, многие по-прежнему предпочитают более традиционные виды туризма. Связано это с тем, что большинство туристов не знают, что в себя включает экстремальный туризм, куда можно поехать (а можно даже не выезжать за пределы своего города) и сколько все это стоит.

Рассмотрим, какие бывают виды экстремального туризма, какие здесь есть проблемы, какие места популярны среди экстремалов. Описывая экстремальный туризм, хотелось бы в основном сделать акцент на Калининградской области, так как у нас он развит не так хорошо, как в других регионах мира, в частности в Европе.

Среди активных видов отдыха особо популярным стал *дайвинг*, один из самых экстремальных видов. Парашютистам и горнолыжникам приходится потесниться — число дайверов в Калининграде, да и во всем мире, стремительно растет. Сами дайверы уверены, что лучшего отдыха, чем погружение на 40-метровую глубину с тяжеленными баллонами за спиной, придумать невозможно. При анализе цифр становится ясно: распространение дайвинга сравнимо с эпидемией. Сейчас в мире почти 20 млн сертифицированных дайверов-любителей, а 40 лет назад их было всего несколько сотен.

В России увлечение дайвингом стало массовым после перестройки. Именно тогда российские подводники начали учиться по международным стандартам. В 1994—1996 гг. появились первые дайв-клубы, и количество дайверов начало быстро расти: в 1997 г. сертификацию прошли около 2 тыс. граждан России, а в 2001-м число получивших удостоверение дайвера превысило 15 тыс. Для погружений русские дайверы в основном едут в другие страны — у многих первые погружения прошли на Красном море, Канарах или в других курортных местах. По американской статистике, дайвинг находится на 22-м месте по количеству несчастных случаев на 10 тыс. занимающихся; 21-е место, кстати, занимает боулинг.

В настоящее время набирают популярность *прыжки с парашютом*. Это началось более полувека назад, но в массовый

вид отдыха прыжки превратились только лет 15 назад. Сейчас существует много вариантов прыжков с парашютом: это и скайсерфинг, и групповая акробатика, но все большую популярность набирает B.A.S.E. jumping. Это не только острые ощущения, но и великолепное зрелище. Многие люди специально приезжают на различные соревнования, чтобы посмотреть, как люди прыгают с небоскребов, телевизионных башен, мостов, скал.

Если кому-то не нравится нырять под воду или прыгать с огромных высот — тогда можно попробовать еще один популярный вид отдыха — *виндсерфинг*. Но тут стоит учесть, что это удовольствие связано с постоянными падениями в воду и реальной возможностью захлебнуться в морских волнах, а также с неизбежными мозолями на руках. Можно испытать себя и в сплаве по бурным горным рекам, который точно запомнится надолго. Тем, кто боится воды, подойдут пешие туры. Это тоже экстремальный туризм, который сопряжен с немалыми трудностями и опасностями. Пешие маршруты обычно прокладываются по необитаемым территориям, так что у человека появляется возможность буквально вписаться в природу, но при этом оказаться отрезанным от цивилизованного мира. И даже если такая тургруппа имеет современные средства спутниковой связи, для прибытия помощи может понадобиться несколько часов или дней. Поэтому любое чрезвычайное происшествие может привести к серьезным последствиям.

Самым же экстремальным отдыхом можно назвать *альпинизм*, где проверяется как физическая, так и психологическая выносливость человека. Альтернативой альпинизму может стать поход по пещерам. Впечатлений от такого похода обычно хватает надолго. Но несмотря на всю привлекательность экстремального туризма, следует отметить, что это дорогой вид отдыха. А такой вид туризма, как космический, существует вообще для единиц, так как платить за него миллионы долларов способны только очень обеспеченные люди. Другие виды экстремального туризма дороги в основном из-за недешевого снаряжения.

Экстремальный туризм — один из самых перспективных видов туризма. Появляются новые места для активного отдыха, в том числе и такие, которые ранее не рассматривались как привлекательные для туристов.

На территории Калининградской области развивается несколько видов экстремального туризма, прежде всего дайвинг, несмотря на достаточную дороговизну снаряжения (общая подготовка и снаряжение обойдутся новичку в сумму около 1000 дол. США).

Российские дайверы в большинстве своем молоды — их средний возраст 30 лет (в США — 36). Это интеллигентная городская молодежь: в России подавляющее большинство (77%) дайверов имеют высшее образование (в США — 50%). Базой для старейшего дайвинг-клуба Калининграда является озеро в поселке Янтарном (где располагается заброшенная янтарная шахта «Анна»). Места для погружения есть также на озере Виштынец, в районе г. Балтийска (где есть затопленные корабли) и др.

Еще один вид — *вейкбординг*, который представляет собой комбинацию водных лыж, сноуборда, скейта и серфинга. Катер буксирует рейдера, стоящего на короткой широкой доске. Двигаясь на скорости 30—40 км/ч с дополнительным балластом на борту, катер оставляет за собой волну, которую рейдер использует как трамплин. В прыжке можно исполнить множество разнообразных трюков. Особенно динамично вейкбординг стал развиваться в начале 1990-х гг. Он совершил революцию в водном спорте так же, как в свое время сноуборд в горных лыжах. Из увлечения небольшой группы энтузиастов он превратился в популярный спорт со своей философией и культурой. Множество трюков пришло в вейкбординг из родственных «досочных» видов спорта — сноубординга, скейтбординга. И это дает вейкбордисту возможность быть активным круглый год (всё что нужно — просто поменять доску). Стоимость полного комплекта вейкбордического снаряжения от 400 дол. США. Для вейкбординга нужен специализированный катер, но такие катера стоят дорого, оттого в Калининграде увидеть их

можно редко. Катания проводят на Голубых озерах, в Балтийском море, Калининградском заливе.

Водные лыжи — один из самых известных видов активного отдыха. Это достойная замена горным и беговым зимним лыжам. Водные лыжи впервые появились в 1922 г., когда американец, житель штата Миннесота, Ральф Самуэльсон, экспериментируя с обычными зимними лыжами, решил испытать их на воде. Две широкие сосновые доски он оснастил крепежом для ног, после чего успешно опробовал лыжи на озере в Лэйк Сити. Для занятий водными лыжами нужны четыре вещи: собственно водные лыжи, спасательный жилет, перчатки и гидрокостюм.

В Калининградской области заниматься водными лыжами достаточно дорого. Катания проводят на Голубых озерах, Калининградском заливе.

Каякинг, очень популярный за рубежом, приобретает все больше приверженцев и в России. Это спорт одиночек, он хотя и лишен командного духа, зато дает возможность бросить вызов стихии и остаться с ней один на один.

В современном каякинге развиваются три основных направления — гребной слалом, родео и сплав. Слаломный каякинг — это умение маневрировать на каяке, чувствуя лодку и воду. Родео, в отличие от слалома, — не только виртуозная техника, но еще и элемент игры. Фристайл на каяке — это выполнение различных трюков на лодке за счет особенностей рельефа реки. И, наконец, сплав. На каяке можно отправиться в водный поход по реке любой сложности или проводить игровые сплавы на небольшом отрезке горной реки, выбирая отдельные препятствия. Естественно, чтобы чувствовать себя уверенно во время сплавов, необходимо владеть базовой техникой слалома и родео. В состав экипировки каякера входят: лодка, шлем, спасательный жилет, юбка (препятствует попаданию воды в лодку), прорезиненные тапочки и весло. Заняться каякингом можно и на реках Калининградской области.

На территории региона развиваются не только водные, но и наземные виды экстремального туризма.

Маунтинбайкинг становится все более популярным, несмотря на свою дороговизну. Каждые выходные в мире проходят десятки международных соревнований по горному велосипеду — начиная от этапов кубка мира и чемпионатов национальных маунтинбайк-ассоциаций и заканчивая фестивалями в шотландском городке или на полинезийском атолле. Среди всего этого соревновательного разнообразия есть старты, которые устраиваются для непрофессиональных маунтин-байкеров со всего света. Такие события становятся для них и настоящим испытанием, и праздником, и открытием нового места и новых друзей. Несмотря на то что рельеф Калининградской области равнинный, у нас достаточно мест для маунтинбайкинга: Озёрский, Нестеровский, Зеленоградский районы и др.

Спелестология — это увлекательная смесь туризма и науки, изучающая полости искусственного происхождения. В самом широком смысле слова спелестология — это наука об искусственных подземных сооружениях. Она тесно связана со спелеологией, только спелестологов не интересуют пещеры. Им интересно проникновение в какие-либо подземные городские структуры, недоступные либо неинтересные для остальных.

Для того чтобы какое-либо подземелье заинтересовало спелестологов, надо, чтобы оно было неиспользуемым в настоящее время и представляло определенный исторический интерес. К таковым относятся заброшенные каменоломни, шахты, водоводы, колодцы, подземные ходы, подземные храмы и монастыри и т. д. На территории Калининградской области достаточно большое количество сохранившихся подвальных помещений в городах, катакомбы на Вислинской косе и др.

Х-гонки — это когда одни и те же люди настолько хорошо и универсально подготовлены, что могут лезть на скалы, скакать на лошади, сплавляться на каяке или плоту по порогам, нестись по горам на велосипеде и спускаться по веревкам под водопадом... Такие люди объединяются в команды и участвуют в соревнованиях, цель которых — как можно быстрее пройти дистанцию в 300—400 км, используя свои навыки. Это называется «мультиспорт», или «экстремальные» (а чаще даже

«приключенческие») гонки. На Западе ежегодно проводится более 200 экстремальных гонок. Например, крупнейшие гонки в Великобритании, организованные Ассоциацией экстремальных гонок Соединенного Королевства и Ирландии.

Среди горных видов экстремального туризма *альпинизм* считается самым экстремальным. Сегодня он представляет собой целую индустрию, которая развивается и популяризируется. Как правило, для восхождений принято выбирать лето, когда погода позволяет с меньшими трудностями добраться до намеченной вершины. Однако любители самых острых ощущений не останавливаются и зимой. А сложные погодные условия и сходы лавин только добавляют остроты путешествию. В горы идут, чтобы испытать себя, рискнуть, преодолеть все и добраться до вершины. Вкус победы приятен, даже если альпинист покорил не Эльбрус, а всего лишь стенку на местном скалодроме.

Главной проблемой альпинизма в России, помимо того, что это недешевое занятие, является недостаток опытных инструкторов. А ведь они необходимы для восхождения альпинистов-любителей. В основном инструкторов мало из-за небольшой зарплаты. Кстати, не редкость встретить русского инструктора за рубежом.

Горные лыжи и сноуборд. Горные лыжи — один из самых старых видов активного отдыха. С прошествием лет количество желающих покататься на горных лыжах не уменьшилось, а скорее увеличилось. К тому же сейчас гораздо качественнее и разнообразнее стал горнолыжный сервис. Почти на любом горнолыжном курорте есть спуски как для профессионалов, так и для новичков, которых всегда могут научить правильно кататься местные инструкторы.

Сноубординг — спуск по снегу с горных склонов на специально оборудованной доске. Это более активный и экстремальный вид, нежели горные лыжи. Сноубординг как отдельный вид спорта появился в Америке в 1960-х гг. Горячими поклонниками новомодного увлечения стали по большей части серферы, не желавшие сидеть без дела в ожидании лета. В на-

шей стране сноуборд массовое признание получил только в середине 1990-х гг.; сейчас в России можно приобрести разнообразную экипировку от ведущих мировых производителей и получить уроки катания у опытных инструкторов.

Сегодня оборудовано много специальных трасс с трамплинами и другими препятствиями, на которых сноубордисты могут выполнять различные акробатические трюки. Но в последнее время особо популярным среди сноубордистов стал хаф-пайп (от англ. *half-pipe* — пол-трубы) — сооружение из снега, похожее на рампу для роллеров.

Вообще экстремальные увлечения, связанные с горными лыжами и сноубордом, можно разделить на несколько групп: freeskiing, или freeride, — спуск по крутым неподготовленным склонам со сложным рельефом; heliskiing — то же самое, но с использованием вертолета в качестве средства доставки на гору; ski-touring (randonee ski) — ски-тур, горный туризм с использованием лыж и специальных креплений для подъема в гору; ski-mountaineering (лыжный альпинизм) — восхождение на гору с целью спуститься с вершины на лыжах или сноуборде (использование страховки или какого-либо дополнительного снаряжения помимо лыж на спуске нарушает «чистоту» такого восхождения); в последние годы появилась new school — нечто вроде сноубордического фристайла.

Горнолыжный туризм, пожалуй, наиболее развитый вид экстремального туризма в России. У нас есть достаточно высокого уровня горнолыжные курорты. И хотя они значительно уступают своим аналогам, например, в европейских странах, наши туристы со средним доходом с удовольствием посещают российские курорты. А Красная Поляна популярна и среди иностранцев, в основном из Восточной Европы. И этот курорт по-прежнему активно развивается.

Среди воздушных видов экстремального туризма популярен *парашютный спорт*, имеющий несколько подвидов.

Классический парашютизм включает в себя два упражнения; первое — прыжки на точность приземления. Задача состоит в поражении мишени размером в 3 см. Раньше, при

круглых куполах парашюта, мишень была большой (круг диаметром в 100 м), и отклонение в 80 м считалось достаточно неплохим результатом. С совершенствованием техники мишень уменьшалась в размерах. После появления щелевого купола УТ-15 мишень стала иметь размер 10 см, а после изобретения куполов «планирующая оболочка» мишень приняла размеры, которые существуют сегодня. В настоящий момент для победы на соревнованиях необходимо показать серию результатов с отклонением в 0 см.

Второе упражнение — комплекс фигур в свободном падении. Соревнование ведется на время. Достаточно консервативный вид спорта (сам комплекс фигур не претерпевает изменений уже много лет), требующий отточенного мастерства и постоянства в результатах.

Групповая акробатика. Данная дисциплина преследует цель построения максимального количества разных фигур командой из нескольких парашютистов. Классическое количество парашютистов в команде — 4 и 8. Бывают также команды из 16 спортсменов. А рекордный прыжок, занесенный в книгу Гиннеса, был совершен командой из 296 парашютистов (Россия, г. Анапа, 1996 г.). Основные фигуры для построения обычно объявляются заранее, названия этих фигур дают некоторое представление о том, как они будут выглядеть: «рюмка», «звезда» и т.д. Команда из 4 человек может за время свободного падения построить около 30 фигур.

Купольная акробатика заключается в построении формаций из куполов раскрытых парашютов. Этим она кардинально отличается от других видов парашютного спорта, где работа над результатом идет до раскрытия парашюта (кроме прыжков на точность приземления).

При выполнении фигур купольной акробатики парашютисты входят в непосредственный контакт с парашютами других спортсменов, при этом часто происходят завалы куполов. Поэтому парашютистам, занимающимся купольной акробатикой, нужно особое оборудование. Купола должны быть устойчивыми, хорошо нагруженными и обладать возможностью

точной регулировки скорости. Купольная акробатика — один из самых рискованных видов парашютизма.

Фристайл — сравнительно молодой вид парашютизма, возник примерно 10 лет назад. Заключается он в показе спортсменом различных фигур в свободном падении. Здесь оцениваются красота, сложность элементов, выполненных парашютистом, а также мастерство воздушного оператора, который производит съемку спортсмена в воздухе. Отработка фигур на земле требует специального оборудования, которое есть не на каждой дроп-зоне, и это, как и отсутствие достаточной информации о фристайле, тормозит развитие данной дисциплины в России.

Скайсерфинг — это прыжки с лыжей с выполнением различных фигур в свободном падении. Появившись в России недавно, скайсерфинг сразу стал пользоваться огромной популярностью.

B.A.S.E. jumping. Бэйс-джамперу для занятия любимым делом — прыжками с парашютом — не требуется самолет или другая летающая техника. Он обходится обыкновенным лифтом, а зачастую и собственными руками и ногами, плюс необходимо альпинистское снаряжение.

Спортсмен-бэйсер забирается на крышу какого-нибудь здания, желательно небоскреба повыше, телебашню, гору или скалу и прыгает вниз.

Даже энтузиасты бэйс-джампинга говорят, что это один из самых опасных видов, даже на фоне экстремальных.

Популярны и такие виды активного отдыха, как полеты на воздушных шарах и дельтапланах.

Полеты на воздушных шарах обычному человеку доступны на различных фестивалях, которые проходят и в нашем крае. Дальность полета на воздушном шаре зависит от силы ветра, при средней силе ветра это 20—30 км. На фестивалях воздушные шары поднимаются на высоту до 1000 м. Место приземления полностью зависит от метеоусловий.

Дельтапланеризм входит в число быстро развивающихся во всем мире видов спорта. Сегодня насчитывается около 90 тыс.

дельтапланеристов по всему миру, плюс каждый год в небо поднимается около 1 тыс. начинающих дельтапилотов. Современные аппараты невероятно устойчивые, прочные, и полеты на них могут быть ограничены лишь погодными условиями и опытом самого пилота.

Список литературы

1. *Пирожник И. И.* Международный туризм в мировом хозяйстве. Минск, 1996.
2. *Александрова А. Ю.* Международный туризм. М., 2001.
3. *Туристский терминологический словарь* / авт.-сост. И. В. Зорин. М., 1999.
4. *Родионов Д. А.* Энциклопедия спорта. М., 2002.
5. *Дмитриевский Ю. Д.* Туристские районы мира: учеб. пособие. Смоленск, 2000.
6. *Ремизов Л. П.* Отдых на горных лыжах. М., 1989.
7. *Романов А. А.* Зарубежное туристское страноведение: учеб. пособие. М., 2001.

*А. С. Поваров,
студент 4-го курса (РГУ им. И. Канта, Калининград)*

Перспективы развития экологического туризма в Калининградской области

В основе экологического туризма — знакомство с природой и принципами охраны окружающей среды [1].

В мире почти не осталось регионов, которые сохранили свою уникальную природу в первозданном виде. Именно поэтому экологический туризм в Калининградской области, имеющей не тронутые цивилизацией уголки, может выйти на одну из лидирующих позиций среди видов туризма, развиваемых в регионе. Перспективы развития данного вида туризма определяются наличием природных ресурсов в различных районах области, близостью к регионам — потребителям ту-

ристских услуг и постепенно возрастающим спросом на эко-туры среди европейских туристов. Кроме того, мировые туристские потоки со временем могут переориентироваться на регионы, располагающие уникальными природными объектами, ввиду того, что в мире с каждым годом остается все меньше не освоенных человеком территорий.

В связи с вышесказанным актуален анализ перспектив развития экологического туризма на территории Нестеровского района Калининградской области. Этот район располагает большим ресурсным потенциалом для развития экологического туризма. Этот район расположен в юго-восточной части Калининградской области. На востоке граничит с Литовской Республикой. Через район проходят автомобильная и железнодорожная магистрали, связывающие Калининград с Москвой. На территории района расположен крупнейший круглосуточный погранпереход на границе с Литвой в пос. Чернышевское. Площадь района 1062 км², население составляет 17,26 тыс. человек, из которых более 5 тыс. проживают в г. Нестерове.

Часть района расположена на Виштынецкой возвышенности. На ее территории находится реликтовое Виштынецкое озеро, самое большое в Калининградской области. В 1974 г. Виштынецкое озеро и река Красная признаны памятниками природы. Очень живописны леса района, особенно Красный лес — бывшие охотничьи угодья германских королей и императоров [5].

Виштынецкая возвышенность. Особая роль в формировании рельефа и природы Виштынецкой возвышенности принадлежит последнему оледенению, называемому Вюрмским, или Валдайским. Оно началось около 90 тыс. лет назад. Тогда толщи льда, образующиеся в Скандинавии, начали свое движение, неся с собой обломки горных пород. Продвигаясь на юг, некогда белый лед становился все более темным от захваченных масс камней, песка и глины. Достигнув определенного момента, край все еще растущего ледника начал таять, сбрасывая принесенный материал у своего подножья и образуя холмы из смеси глины, песка и камней разной величины.

Так около 14 тыс. лет назад образовывалось тело Виштынецкой возвышенности, ее удивительный рельеф, узнаваемый по плавным линиям холмов, уходящим вдаль.

В настоящее время на территории возвышенности обитает около сотни редких и охраняемых растений Калининградской области, среди которых такие виды, как лилия саранка, аконит пестрый, гроздовник полулунный, синюха голубая, пальчатокоренник Фукса, наперстянка крупноцветковая и другие. Леса Виштынецкой возвышенности до сих пор остаются единственным в Калининградской области местом обитания рыси.

В 2000 г. территория Красного леса была объявлена ключевой орнитологической территорией общеевропейского значения, важной для сохранения некоторых видов птиц.

Своеобразие ландшафта (богатый и разнообразный растительный покров с высокой степенью мозаичности, множество рек и озер, существенный перепад высот) создает чрезвычайно богатое разнообразие мест обитания для пернатых Виштынецкой возвышенности, Красного леса.

Леса и озера Виштынецкой возвышенности дают пристанище огромному количеству птиц. Наиболее многочисленными на озерах, особенно в период миграций, являются белолобый гусь, красноголовый нырок, хохлатая чернеть, лысуха и др. Число мигрирующих орланов-белохвостов здесь порой достигает 11 особей. В Виштынецких лесах гнездятся такие редкие и охраняемые виды, как малый подорлик, орлан-белохвост, скопа, черный аист. Кроме того, здесь, вероятно, обитают большой подорлик и белоглазый нырок, которые гнездились здесь раньше, но в последнее время не регистрировались. Виштынецкое и другие озера возвышенности — практически единственное в области место гнездования большого крохалея и обыкновенного гоголя [2].

Природоохранное значение Виштынецких холмов с раскинувшимися на них лесом Красным, озерами, многочисленными заболоченными низинами сложно переоценить: одних только птиц, занесенных в Красную книгу России, обитает здесь не менее шести видов.

А в 2003 г. восточная часть Красного леса был признана ключевой водно-болотной территорией, имеющей ключевое значение для сохранения биологического разнообразия и природного равновесия в районе трансграничного природного комплекса между Литвой и Калининградской областью [6].

На территории возвышенности расположены два памятника природы: «Озеро Виштынецкое» и «Река Красная». Эти уникальные природные объекты объявлены памятниками природы в 1975 г. — как объекты, имеющие большое природно-историческое и научно-познавательное значение и нуждающиеся в особой охране. По закону природные объекты и комплексы, объявленные памятниками природы, полностью изымаются из хозяйственного использования. Запрещается любая деятельность, причиняющая вред памятнику природы и окружающей его природной среде или ухудшающая его состояние и охрану.

Памятник природы «Озеро Виштынецкое». Виштынецкое озеро — одно из уникальных мест Калининградской области. Оно является самым большим по площади и занимает почти половину водной поверхности всех внутренних водоемов этого региона.

Озеро, располагающееся на крайнем юго-востоке области, в настоящее время принадлежит как России, так и Литве. Этот водоем имеет ледниковое происхождение, и его называют «калнинградским Байкалом». Как и легендарный Байкал, озеро отличается своей чистотой. Виштынецкое озеро дает начало единственной реке, вытекающей из него, — Писсе. По ней воды озера через реки Анграпу и Преголю связывают его с Калининградским заливом и Балтикой. Само же озеро питается подземными водами, ручьями и небольшими реками Черницей и Вижайной, текущими с территории Польши.

Ландшафт, окружающий Виштынец, своеобразный. Берега озера, покрытые лесом, очень живописны. Особенно красив сосновый лес на высоком юго-восточном берегу. Здешний чудесный воздух, насыщенный запахами целебных растений, красивейший зеленовато-голубой водный простор и песчаные пляжи вполне могут соперничать с морским побережьем.

Озеро населено разнообразной ихтиофауной. В нем обитают такие рыбы, как ряпушка, сиг, щука, линь, плотва, окунь, лещ и другие.

Виштынецкое озеро является пограничным водоемом. После вступления в силу федерального закона от 09. 06. 2003 № 72-ФЗ «О ратификации договора между Российской Федерацией и Литовской Республикой о Российско-Литовской государственной границе» Литве отошло 19,3 % площади (вместо 4 % ранее). Таким образом, остро стоит вопрос о необходимости международного управления бассейном этого водоема.

Уникальность оз. Виштынецкого определяет его особый природоохранный статус. С 1975 г. в Калининградской области оно является памятником природы регионального значения, а с 1994 г. входило в Виштынецкий заказник. С 1992 г. его восточное побережье, принадлежащее Литовской Республике, включая единственный населенный пункт — Виштитис, является частью Виштынецкого регионального парка [4].

Виштынецкое озеро — поистине уникальный для Калининградской области водоем. В соответствии с классификацией И. В. Баранова, оно относится к группе глубоких озер, в которых ветровое перемешивание не везде проникает до дна. В нем обнаружены очень многие гидрологические особенности, характерные для таких крупных озер, как Ладожское, Онежское и даже Байкал. Распределение и изменения его гидрологических и гидрохимических характеристик настолько гармоничны, что по ним можно изучать гидрологию глубоких пресноводных водоемов. Все это позволило назвать Виштынецкое озеро Байкалом в миниатюре.

Памятник природы «Река Красная». Живописен и необычен ландшафт реки Красной — еще одного памятника природы Виштынецкой возвышенности, включающего 18 км поймы реки, начиная от границы с Польской Республикой, где она берет свое начало. Ее берега, поросшие лесами вековых деревьев, с многочисленными родниками, песчаными и каменистыми осыпями, уединенными намывными лугами поражают своей девственной красотой. На берегах реки Красной произ-

растают такие редкие виды растений Калининградской области, как дремлик широколистный *Epipactis helleborine*, тайник яйцевидный *Listera ovata*, лунник оживающий *Lunaria rediviva* и многие другие. Из леса к реке подходят многочисленные звериные тропы, протоптанные косяками, оленями и кабанями к водопою. Здесь же у реки можно встретить и следы деятельности бобра, который путешествует по ней в поисках новых кормовых мест. Река Красная, собирая часть чистой воды с лесных холмов Виштынецкой возвышенности, несет ее в море, сливаясь с рекой Писсой.

Маршрут 1 — «Красный лес». Велосипедно-пешеходная экскурсия. Туристы добираются на велосипедах до Красного леса. С незапамятных времен данная территория являлась природоохранной, что позволило сохранить ее первозданный вид. В лесу группу сопровождает опытный гид. Во время экскурсии туристы знакомятся с богатейшим животным и растительным миром Краснолесья, а также с пернатыми обитателями, такими как малый подорлик, орлан-белохвост, скопа, черный аист. На месте стоянки велосипедов туристам предлагается обед и культурная программа.

Маршрут 2 — «Озеро Виштынецкое». Водная экскурсия. Во время экскурсии туристы знакомятся с ландшафтом, окружающим водоем. Лодка с опытным экскурсоводом на борту доставит туристов к сосновому лесу на высоком юго-восточном берегу для наблюдения за различными животными, а потом — к устью реки Красной, где туристы могут наблюдать таких птиц, как баклан, черный аист, малый подорлик и др. По прибытии на пристань туристам предлагаются традиционные блюда из рыбы, обитающей в озере.

Список литературы

1. Воронкова Л. П. Туризм, гостеприимство, сервис: словарь-справочник. М., 2002.
2. Гришанов Г. В. Ключевые орнитологические территории Балтийского региона России. СПб., 2000.

3. Дроздов А. В. Основы экологического туризма: учебное пособие. М., 2005.
4. *Природа — культура — туризм: дайджест* / сост. М. В. Смирнова, Н. В. Лаптева. Барнаул, 2004.
5. URL: http://www.network-ecotourism.de/ru/robin_ru.htm
6. *Important transboundary belarusian-lithuanian and lithuanian-russian wetlands*. Vilnius, 2003.

Е. Ю. Юрченко,
студентка 2-го курса (РГУ им. И. Канта, Калининград)

Охотничьи ресурсы Калининградской области

Охота — вид пользования животным миром. Она включает в себя выслеживание, преследование с целью добычи и саму добычу охотничьих животных с применением оружия охоты.

Основным документом, определяющим порядок пользования животным миром в Российской Федерации, является федеральный закон «О животном мире»; 17 июля 2009 г. Государственной думой был принят федеральный закон «Об охоте и о сохранении охотничьих ресурсов и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», который позволит создать четкую и стабильную систему законодательства в области охоты и ведения охотничьего хозяйства с учетом происшедших изменений земельного, лесного, водного и гражданского законодательств и отражает специфику общественных отношений, фактически сложившихся в настоящее время в сфере охоты и ведения охотничьего хозяйства.

Рассмотрим значение развития охотничьих ресурсов Калининградской области для расширения предложения на туристическом рынке.

Охотничьими угодьями считаются все земельные, лесные и водопокрытые площади, которые служат местом обитания диких зверей и птиц и могут быть использованы для ведения охотничьего хозяйства. Общая площадь таких угодий в облас-

ти составляет 1233 тыс. га, из них лесных угодий — 288 тыс. га (23 %), полевых — 880 тыс. га (72 %), водопокрытых — 65 тыс. га (5 %) [1].

Охотничье хозяйство — одна из составляющих комплексного природопользования и подразумевает рациональное пользование ресурсами диких животных, основанное на их охране и расширенном воспроизводстве.

История развития охоты в Восточной Пруссии уходит корнями в далекое прошлое. Еще в Средние века из-за своих непроходимых лесов и болот большая часть территории Пруссии получила название «Гроссэ вильднис», что в дословном переводе означало «Большая глушь». Во времена Тевтонского ордена сюда из различных уголков Европы приезжали рыцари поохотиться на туров, зубров, медведей и другую дичь. Охота на крупную дичь считалась почетным занятием маркграфов, курфюрстов и прусских королей.

При организации таких охот использовались длинные направляющие изгороди и сети, а также большое количество загонщиков. Из добытых трофеев особо ценились длинные рога туров, которые после отделки драгоценными металлами использовались как сосуды для питья.

Об обилии животных, добывавшихся высокопоставленными особами во время охот, говорит такой факт: за семь лет охоты, с 1612 по 1618 г., курфюрст Иоганн Сигизмунд добыл 128 лосей, 4935 оленей, 4008 кабанов, 52 медведя и 15 зубров. Постепенно, по мере заселения территории, вырубки лесов и осушения болот для сельскохозяйственных целей, в лесах полностью исчезли сначала тур, а затем и зубр. Туры исчезли с территории Восточной Пруссии в конце XV в., а в 1627 г. была добыта последняя самка этого вида животного в Польше [1].

Зубры обитали в Восточной Пруссии до 1756 г. Однако уже в XVII в. численность этих животных в лесах между Преголей, Деймой и Неманом начала неуклонно снижаться. Молодых животных отлавливали для проведения псовых охот в Кёнигсберге и в качестве драгоценных подарков для королевских и царских дворов, главным образом Англии и России. Отрица-

тельно повлияло на состояние поголовья редкого животного и браконьерство.

В конце XIX столетия в Восточной Пруссии добывали лося, оленя, лань, косулю, кабана, зайца, дикого кролика, лисицу, барсука, выдру, куницу, хоря, горностая, тетерева, рябчика, серую куропатку, фазана, вальдшнепа, бекаса, гусей, уток, дроздов и цапель [1].

Особое внимание уделялось разведению лося и оленя. Уже в прошлом веке на территории Пруссии были выделены два больших массива казенных лесов, в которых велось организованное охотничье хозяйство и целенаправленная селекционная работа с поголовьем лося и оленя. Это охотничьи хозяйства Роминтен, специализировавшееся по благородному оленю, и Эльхвальд (в переводе с немецкого — «лосиный лес»), специализировавшееся по лосю.

Охотничье хозяйство Роминтен располагалось на территории одноименного лесного массива, в северной (большей) части которого в настоящее время организован комплексный заказник «Виштынецкий». Хозяйство занимало площадь 25 тыс. га лесных угодий. Интенсивные работы по разведению оленя в лесу начались после того, как здесь стал охотиться прусский принц Фридрих Карл, впервые посетивший эти места в 1869 г. Благодаря охране и селекции численность оленя в хозяйстве со 126 особей в 1873 г. выросла до 1157 в 1894 г. После смерти принца на Роминтен обратил внимание кайзер Вильгельм II. С 1890 по 1913 г. он каждую осень приезжал охотиться на оленя «на реву» в эти богатые дичью угодья. По его указу в течение 1890—1891 гг. на берегу реки Роминта (Красная) был построен охотничий дом из бревен, привезенных из Норвегии. Часть охотничьего дома сохранилась до настоящего времени. Она перевезена в Калининград и находится в Центральном парке культуры и отдыха. В течение многих десятилетий в Роминтене проводилась целенаправленная селекционная работа. В результате была создана популяция оленя с особенными по форме и выдающимися по качеству трофеями, характерными только для этих мест [1].

За оленями, имеющими отличные трофейные качества, велись многолетние наблюдения. Отдельным быкам даже присваивались имена, под которыми они вошли в историю охоты не только Восточной Пруссии, но и всей Европы.

В местах, где отстреливались лучшие по трофейным качествам самцы оленя, выставлялись памятные камни с надписями. Всего к началу Первой мировой войны в угодьях было установлено не менее 15 таких плит. Некоторые из этих памятников прошедших охот сохранились до настоящего времени.

Значительное место в развитии охотничьего хозяйства Восточной Пруссии занимал Эльхвальд — лесной массив, протянувшийся на десятки километров от р. Дейма на юго-западе до р. Неман на севере вдоль побережья Куршского залива. Охотничье хозяйство Эльхвальд площадью 100 тыс. га имело статус государственного. Это были лучшие угодья для обитания лося в Восточной Пруссии. Численность этого животного в 1930-е гг. здесь достигала 600—700 голов, что соответствовало плотности 6 особей на 1 тыс. гектаров угодий. Ежегодный отстрел составлял 200—250 животных.

В охотничьих угодьях Восточной Пруссии проводилась и акклиматизация некоторых видов животных и птиц. Так, в 1831 г. в угодья чуть северо-восточнее стыка рек Преголи и Деймы были завезены первые лани. Затем их выпускали здесь же еще в 1857 и 1863 гг. Эти грациозные животные отлично прижились и стали быстро расселяться. В 1930 г. в южной части Эльхвальда (Полянское охотхозяйство и южная часть Полесского охотхозяйства) насчитывалось 400 особей лани [1].

Основу охотничьих хозяйств Калининградской области составляют лесные ресурсы.

В настоящее время лесные угодья распределены по территории области очень неравномерно. Наиболее обширны они в Полесском (лесистость 37 %) и Гвардейском (24 %) районах, наименее лесисты Гусевский и Неманский (7 %) районы. Крупнейшие лесные массивы области — Полесский лес (33 тыс. га), расположенный восточнее г. Полесска между Головкинским каналом и р. Дейма, Красный (Виштынецкий, Ро-

минтенский) лес (23 тыс. га), находящийся на юге Нестеровского района, Приморский лес (20 тыс. га), протянувшийся вдоль побережья Куршского залива, и Неманский лес (14 тыс. га), расположенный на севере Краснознаменского района между реками Неман и Шешупе [1].

По растительному районированию лесные угодья области входят в зону смешанных лесов, подзону хвойно-широколиственных лесов. Лесные насаждения разнообразны по своему породному составу. Массивы с преобладанием хвойных пород (сосны и ели) составляют 32 % лесных охотничьих угодий, с преобладанием лиственных (березы, осины, дуба, ясеня) — 37 %, смешанные насаждения составляют 23 % и заболоченные леса с преобладанием ольхи — 8 %. Хвойные и мелколиственные леса достаточно равномерно распределены по территории. Широколиственные породы небольшими вкраплениями встречаются во всех лесных массивах, а вот заболоченные ольшаники приурочены к сырым поймам рек и побережью Куршского залива, преимущественно в Полесском и Славском районах [1].

По своим условиям лесные угодья области пригодны для обитания большинства охотничьих зверей и птиц. Характерной особенностью лесов является благоустроенность и сравнительно хорошая проходимость.

Полевые охотничьи угодья области менее разнообразны. Они представлены главным образом пашней (47 %), сенокосами и пастбищами (50 %), а также небольшими участками неудобий, поросших кустарниками (3 %). Наиболее характерные представители охотфауны полевых угодий — заяц-русак и серая куропатка.

Оставшиеся 4 % охотничьих угодий составляют государственный резервный фонд. Охотничьи угодья обществ охотников используются для организации охотничьих хозяйств с целью эксплуатации на их территории охотничьих ресурсов и предоставления услуг охотникам. В угодьях государственных природных заказников охота полностью или частично запрещена, а добыча охотничьих животных осуществляется только в целях регулирования их численности.

Пользование охотничьими ресурсами на территории области осуществляется путем передачи в аренду участков охотничьих угодий — охотничьих хозяйств, которые являются территориальными и производственными единицами. При этом проводится охотустройство, то есть составляется рациональный план организации и ведения охотничьего хозяйства. Охотустройство делится на межхозяйственное и внутрихозяйственное. В соответствии со схемой межхозяйственного устройства охотничьих угодий, утвержденной администрацией области (распоряжение от 5 мая 1994 г. № 281-р), все охотничьи угодья области, передаваемые в аренду, подразделены на 44 охотничьи хозяйства площадью от 7 до 54 тыс. га. Калининградским областным обществом охотников и рыболовов арендуются 40 охотничьих хозяйств, Военно-охотничьим обществом — 4 [1].

Межхозяйственное устройство охотничьих угодий — это первый этап, на котором определяются границы охотничьих хозяйств и осуществляется их юридическое закрепление за пользователями. Второй этап — это внутрихозяйственное устройство каждого из выделенных хозяйств, в ходе которого составляется подробный план деятельности хозяйства, как правило на десятилетний период. В проекте внутрихозяйственного устройства содержатся сведения о составе и качестве охотничьих угодий, данные о видовом составе и численности охотничьей фауны, перечень и объемы необходимых биотехнических мероприятий, рекомендации по оптимальным плотностям диких животных и допустимые нормы их изъятия, пропускная способность хозяйств и другие рекомендации по организации охотничьего хозяйства.

Калининградская область отличается обилием и разнообразием водно-болотных охотничьих угодий. По области протекает около 140 рек общей протяженностью 3320 км. Наиболее крупные из них: Преголя — 123 км, Инструч — 101 км, Писса — 98 км, Анграпа — 97 км, Шешупе — 77 км, Прохладная — 77 км, Лава — 65 км. Густа сеть мелиоративных каналов. Болота низинного, переходного и верхового типов занимают в

общей сложности около 30 тыс. га территории области. Благодаря своей труднодоступности они являются местами отстоя и отдыха многих представителей охотфауны [1].

Водно-болотные угодья — места обитания околоводных пушных зверей (бобра, выдры, норки и ондатры), а также водоплавающей и болотной пернатой дичи.

Разнообразный состав охотничьих угодий области определяет и их качество, то есть совокупность кормовых, защитных, выводковых и других условий, а следовательно, и степень пригодности для обитания тех или иных охотничьих видов. В наиболее часто употребляемой в охотоведении классификации охотничьи угодья по своему качеству принято подразделять на пять классов бонитета: I класс — отличные, II — выше средних, III — средние, IV — ниже средних, V — плохие. В Калининградской области преобладают охотничьи угодья II и III классов бонитета по основным представителям охотфауны. Очень наглядно состояние охотничьих угодий отражает выход продукции охоты с единицы площади, то есть их хозяйственная продуктивность. Чем выше продуктивность угодий, тем интереснее они с точки зрения проведения в них охоты [1].

По своему статусу охотничьи угодья подразделяются на:

- угодья, арендуемые обществами охотников;
- угодья, составляющие государственный охотничий резервный фонд;
- угодья государственных природных заказников.

Основную часть охотничьих угодий области (86 %) составляют угодья, арендуемые обществами охотников. Государственные природные заказники организованы на территории 123 тыс. га, что составляет 10 % охотничьих [1].

Охотничьи хозяйства области по ряду причин — своего местоположения, качества угодий, видового разнообразия объектов охоты, объема капиталовложений — отличаются различным набором производимых на их территории охот и перечнем предоставляемых услуг. Охотничьи хозяйства, расположенные по побережьям Куршского и Вислинского заливов, такие как Бережковское, Полесское, Июльское, Каширское, Зеленоград-

ское, Балтийское, Мамоновское, отличаются обилием высокопродуктивных угодий для разнообразной охоты на водоплавающую дичь. В Верхненеманском, Шешупском, Мичуринском, Полесском, Угрюмовском, Междуреченском охотничьих хозяйствах, на территории которых располагаются крупные лесные массивы, определяющей является охота на копытных животных. Охотничьи хозяйства Неманского, Славского, Гусевского, Нестеровского, Озерского, Правдинского, Багратионовского и Гурьевского районов, где преобладают открытые угодья, представляют особый интерес для охоты на зайца-русака и лисицу.

Для удобства обслуживания охотников некоторые охотничьи хозяйства оборудованы остановочными пунктами, в которых участники охот могут отдохнуть и переночевать, а также лодочными станциями, где можно получить напрокат лодки. Лодочные станции, совместно с остановочными пунктами, функционируют в поселках Мысовка (Бережковское охотхозяйство), Головкино (Полесское охотхозяйство), в Июльское (Июльское охотхозяйство); также принимают охотников остановочные пункты: в Верхненеманском охотхозяйстве — 1 (пос. Должанское), в Полесском — 5, в Гвардейском — 3, в Приморском — 1.

Калининградская область становится популярным направлением для туристов из регионов России, исключительно за счет которых по временным рамкам продляется на балтийском побережье туристский сезон. В основном это туристы из Москвы и Московской области, Санкт-Петербурга, Северо-Запада, Центральной России и Сибири.

Любая отрасль экономики может успешно развиваться только при условии наличия подготовленных и квалифицированных кадров, в том числе и в туризме. Это — серьезная проблема, поскольку в период становления туристской сферы специальных учебных заведений туризма в России не было. Поэтому администрация области предприняла конкретные шаги по переподготовке кадров, организовав ряд обучающих семинаров в Польше, Болгарии, Турции, Греции, в которых при-

няли участие практически все руководители туристских фирм и гостиниц региона.

Сегодня в Калининградской области 11 высших учебных заведений, 3 колледжа и курсы повышения квалификации в 2 учебных заведениях готовят кадры для туризма в регионе. Туристские специальности считаются престижными и пользуются популярностью у абитуриентов. Всего в туристской деятельности региона занято свыше 25 тыс. человек [2; 3].

Особое географическое положение и статус Калининградской области, ее близость к центрам европейского туризма дали сильный толчок к развитию туристской деятельности в регионе.

За последние годы сфера туризма становится одним из наиболее приоритетных направлений международного и межрегионального сотрудничества, что в немалой степени способствует привлечению отечественных и зарубежных инвестиций в развитие Особой экономической зоны.

Развитие туристской сферы Калининградской области является сегодня важным элементом экономической составляющей региона.

Благодаря своему географическому положению Калининградская область выгодно отличается от других регионов Российской Федерации. Здесь возможно развитие практически всех видов туризма.

Туризм — один из немногих устойчиво развивающихся видов отечественного бизнеса. Именно он создает рабочие места, наполняет бюджет, привлекает в регион валютные ресурсы и расширяет международные контакты.

Проанализировав потенциал Калининградской области, можно сделать вывод о возможности развития охоты в нашей области как предложения на туристическом рынке.

Список литературы

1. Гришанов Г. В., Романов Ю. М. Охотничьи животные и охота в Калининградской области. Калининград, 1999.

2. *Официальный сайт комитета по туризму Правительства Калининградской области.* URL: <http://www.tourism-kaliningrad.ru>
3. *Официальный сайт туризму Правительства Калининградской области.* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gov.kaliningrad.ru>
4. *Всероссийский охотничий портал.* URL: <http://ihunter.msk.ru>

*Н. О. Петушкова,
студентка 4-го курса (РГУ им. И. Канта, Калининград)*

Перспективное развитие г. Пионерского

Город Пионерский до 1946 г. носил название Нойкурэн и был одним из самых популярных в Восточной Пруссии курортов на Балтийском море. Но в настоящее время как рекреационная зона он развит очень слабо. Больше известен город как рыбодобывающий и перерабатывающий центр. В настоящее время разработан проект по превращению Пионерского в курорт, который сможет составить конкуренцию таким городам, как Светлогорск и Зеленоградск. Для этого имеются очень хорошие предпосылки: наличие широкого морского пляжа, большие массивы зеленых насаждений, удобный морской порт, способный принимать круизные суда и яхты, благоприятная экологическая обстановка, наличие памятников архитектуры и археологии и исторических мест, а также хорошая транспортная доступность территории и близость к значимым объектам культурного и исторического наследия области, к городам-курортам федерального значения — Светлогорску и Зеленоградску. Все это создает благоприятную среду для развития туризма в городе. Сегодня реализуется обновленная концепция развития Пионерского, это поможет вернуть ему былую славу города-курорта и привлечет в него многочисленных туристов.

Правительством области еще в 2008 г. была одобрена программа мероприятий по инвестиционным вложениям в проект

строительства Пионерского морского порта, ориентированного на морской транспорт в сфере пассажироперевозок, и яхтенной марины. Реализация проекта предполагает освоение 183 тысяч м². На выделенной территории задумке предполагается строительство двух причалов для приема пассажирских паромов, стоянки для яхт на 900 мест. Заложен разумный маркетинговый ход: паромы и яхты под иностранными флагами должны заходить в порт Пионерский для выгодной бункеровки топливом. Рядом с причальным сектором будет построено здание портовой администрации, круизный и обслуживающий терминал, апартаменты гостиничного типа для туристов, торгово-развлекательные сооружения. Комплекс сможет в перспективе дать экономике Пионерского почти 2 тыс. рабочих мест.

Однако при реализации этих проектов могут возникнуть сложности: идея портового развития Пионерского, по мнению Р. Сагаевой (глава муниципального образования), может утонуть в различных проблемах российской действительности, в то время как соседние порты стран Балтии, с более развитой уже сегодня инфраструктурой услуг, стремительно идут вперед. А проект строительства морского порта в Пионерском может устареть еще на этапе согласования. До сих пор никак не решается вопрос упрощенного режима въезда иностранных граждан в регион. В связи с этим сложно строить конкретные планы по привлечению и обучению квалифицированных кадров [5].

Отдыхающие в Нойкурене (Пионерском) жили не только в пансионатах, но и в приспособленном частном секторе. Учитывая исторический аспект, в Пионерском хотят строить небольшие семейные отели с номерами-апартаментами. До войны здесь устраивали знаменитые на всю Европу теннисные турниры и соревнования пловцов. В долине Лосось-ручья находились прекрасно оборудованные спортивные площадки для игры в футбол, волейбол. Из порта Нойкурена (Пионерский) до Пиллау (Балтийск) ходило скоростное судно со спальными каютами. Все можно реконструировать, возродить и сейчас.

Руководство города Пионерского обещало оказать содействие всем инициативам.

В соответствии с концепцией развития Калининградской области в порту Пионерский планируется реализовать крупномасштабный инвестиционный проект в сфере транспорта и туризма. Одним из объектов будущего строительства является яхтенная марина. Она будет оснащена современными морскими причалами и включать зону площадью 3,5 га, предназначенную для хранения судов в зимний период, занятий парусным спортом и проведения соревнований в летний период, зону для ремесленного и спортивного рыболовства. Также предусматривается строительство международного морского пассажирского терминала с новым причалом для крупных круизных судов длиной до 250 м, рассчитанных на 1 тыс. пассажиров. Каждая якорная стоянка нового порта будет оснащена самыми современными системами коммуникации (телевидение, Интернет, электричество и водоснабжение). Будет создана современная система для заправки больших яхт; для судов меньшего тоннажа также предусматривается своя заправочная станция. Судовой верфь сможет предложить яхтсменам всевозможные технические услуги по обслуживанию и транспортировке судов [4].

Данный инвестиционный проект планирует реализовать ООО «Эмбер Лэнд Компани», которое является российским юридическим лицом со 100 %-ным иностранным капиталом.

Общая сумма инвестиций в проект — около 650 млн долларов, причем более 1/3 этой суммы будет направлено на реконструкцию и строительство береговой инфраструктуры терминала.

По проекту развития Пионерского также планируется строительство туристической зоны и зоны отдыха. В нее будут входить гостиницы, «бутик-отели» класса люкс, апартаменты и виллы. Предусмотрено и строительство современного подземного парковочного комплекса на 2700 автомобилей, торгового центра площадью 40 тыс. м², открытого амфитеатра на 5 тыс. зрителей, крытого зала на 1200 зрителей, здания рыбного рынка, двух плавательных бассейнов с морской водой (для детей и взрослых), а также баров и ресторанов.

В итоге расположенный неподалеку от Светлогорска порт города Пионерского скоро будет трудно узнать. Предполагается расширение акватории, оборудование эллинга для яхт и создание современной инфраструктуры. Здесь будет прогулочная зона с ресторанами и барами, спортивными площадками, отелями и большим концертным залом. Глубина порта (12 м) и его международный статус позволяют швартоваться круизным судам. В общем, уже через четыре года Пионерский станет образцовым курортом. Но пока здесь разгружаются обычные рыболовецкие суда [3].

По просьбе мэра Пионерского Р. А. Сагаевой и в сотрудничестве с немецким архитектором Кристофом Лангхофом калининградским архитектором А. Глушковым была изучена возможность развития зоны, находящейся к западу от города, между будущей яхтенной мариной Пионерского и Светлогорском. Помимо строительства жилья и гостиниц в этом проекте предусматривается возведение уникального в своем роде термального комплекса с общественным доступом. Это будет самый большой комплекс подобного типа в Европе с возможностями бальнеотерапии, лечения грязями, янтарем (самая большая «янтарная» комната). Комплекс будет ориентирован на спортивный досуг. Там будут созданы аквапарк нового поколения, ледовый каток, теннисные корты, поле для гольфа на 9 лунок, которое можно будет впоследствии расширить. В рамках этого проекта будет реализовываться современная интерпретация немецкой архитектуры, некогда представлявшей собой гордость этих мест [1].

В настоящее время на территории города Пионерского ведется строительство Государственной резиденции Российской Федерации на месте усадьбы Бисмарка, в рамках которого планируется благоустройство территории городского округа, расширение городского променада и обустройство подъездных путей. Проезд от аэропорта к городу Пионерскому и Государственной резиденции будет осуществляться по строящемуся в настоящее время «Приморскому кольцу». Под строительство

Государственной резиденции Российской Федерации отведен участок площадью 48,1 га. Участок расположен в северном районе города Пионерский и имеет выход к морю. По сохранившимся чертежам и фотографиям «дом Бисмарка» будет полностью воссоздан. Государственная резиденция будет оборудована всем необходимым для комфортной работы и отдыха первых лиц государства и их гостей.

В резиденции предусматривалось также строительство маленькой марины, но планы поменялись в связи с появлением проекта «Янтарный берег: яхт-клуб и курорт». В будущей яхтенной марине найдется достойное место для яхт гостей Президента, а для президентских судов предусмотрен отдельный причал.

Пионерскому резиденция создаст дополнительное преимущество перед другими курортами. Это положительно повлияет на жизнь города. Резиденция — это хорошие дороги, безопасность, порядок и городское благоустройство. Улучшится и инфраструктура города, будет благоустроен пляж и другие территории. Также этот проект поможет привлечь в город многочисленных туристов, желающих посмотреть на резиденцию хотя бы издалека [2].

Пионерский 100 лет назад был лучшим курортом на балтийском побережье, многочисленные отдыхающие с большим удовольствием посещали эти места, но в советское время город утратил былую славу курорта, все меньше и меньше его посещали туристы. Несмотря на это, Пионерский обладает достаточно большим количеством ресурсов. Все это дает хорошую основу для перспективного развития экологического, водного, бальнеологического, рекреационного и оздоровительного туризма.

Если все планы руководителей области сбудутся, то город станет одним из интереснейших объектов привлечения туристов на балтийском побережье наряду с приморскими городами Европы. А приток туристов повлечет за собой еще более быстрое дальнейшее развитие как города, так и области.

Пионерский выбрал правильное направление: вступил в конкурентную борьбу между курортными городами за право называться и быть лучшим на Балтике на территории Калининградской области.

Список литературы

1. Ягунов Н. П. Пионерский. Государственная резиденция // Янтарный берег. 2009. № 2. С. 51—55.
2. Гарнерон И., Буйон Д. Превратить Пионерский в жемчужину Балтики // Янтарный берег. 2009. № 2. С. 65—71.
3. Стомахин И. Курорты российского запада. URL: www.ratanews.ru (дата обращения: 15.12.2009).
4. Водный туризм в Калининградской области, на Балтике. URL: www.tourism.gorodkanta.ru (дата обращения: 08.12.2009).
5. Вернуть Пионерскому былую славу. URL: www.gynokzhilia.ru (дата обращения: 09.12.2009).

Д. Ю. Гудошникова,
студентка 3-го курса (РГУ им. И. Канта, Калининград)

Перспективы развития замкового туризма в Калининградской области

«Янтарная страна» издревле манила германских воинов, завораживала, словно прекрасная женщина, перед которой нельзя устоять. С 1220 г. рыцари Тевтонского ордена совместно с польскими князьями завоевали прусские владения, и к 1265 г. на этих землях стали появляться многочисленные орденские замки. Перед орденом открылась возможность создания на завоеванной земле собственного государства.

Дух исчезнувшей с европейской карты Пруссии можно найти и сейчас. Древние поселения и могильники, вально-земляные прусские крепости и мощные рыцарские замки, поля сражений и дворянские усадьбы, кирхи и историческая город-

ская застройка — молчаливые свидетели событий давно минувших лет, богатейшее и уникальное культурно-историческое наследие европейского значения.

Замки и дворцы — прекрасные произведения архитектурного искусства, представляющие историческую и культурную ценность. Не случайно именно они часто становятся целью туристических поездок. Ведь замок — это не отель. Замок, как живое существо, требует к себе внимания, чуткости и такта. Посещение замков — особенный вид отдыха.

Развитие замкового туризма является сейчас как никогда приоритетным и актуальным. Чем привлечь внимание туристов в Калининградской области? Мнение экспертов однозначно: самый интересный и значимый историко-культурный ресурс региона заложен в орденском времени. Рыцарство, замки, крестовые походы... Благодаря именно этому периоду современный человек может реализовать стремление познать новое, преодолевать большие расстояния, чтобы увидеть своими глазами «живую историю», накопленную тысячелетиями.

Сохранение культурно-исторического наследия, поддержание самобытных культур разных народов, установление духовных интересов личности, сохранение памятников культуры, представляющих художественную ценность, — вот проблемы, которые на сегодняшний день приобрели уже характер всемирных и глобальных.

Калининградская область обладает всеми условиями и ресурсами, необходимыми для развития замкового туризма. К факторам, способствующим его развитию на территории региона, относятся [1]:

— наличие потенциальных объектов притяжения туристов. Это замки, преимущественно постройки XIII—XIV вв. Их уникальность состоит в том, что замки этого периода сохранились только на территории Калининградской области;

— все замки на территории региона расположены достаточно компактно; чтобы осмотреть большую часть из них, достаточно одного дня;

— появление разнообразных общественных и частных объединений и фондов, которые проявляют интерес к восстановлению замков;

— отдельно в качестве преимущества можно выделить историю, которой богат каждый из замков. Именно исторические факты способны «оживить» каменные стены замков и «достроить» то, что было разрушено или утрачено.

Но, к сожалению, существует много факторов, препятствующих развитию этого направления туризма в нашей области:

— многие замки находятся в настоящее время в плачевном состоянии. В этом виноваты и время, и нравы: местное население разбирает их «на кирпичи»;

— отсутствие нормативно-правовых актов об охране памятников архитектуры и истории. Государство недостаточно участвует в охране богатейшего исторического наследия. В Калининградской области около 1800 памятников местного и федерального значения, из них охраняется только 600;

— отсутствие финансирования мероприятий по восстановлению и сохранению объектов замкового зодчества.

На сегодняшний день многие из замков Тевтонского ордена утеряны навсегда, часть представляет собой руины, в которых трудно узнать когда-то мощные крепости, но некоторые замки медленно восстанавливаются силами энтузиастов.

Замки орденовой эпохи — одни из наиболее заметных и привлекательных туристических объектов на территории Калининградской области. Об этом говорят и специалисты, и туристы. Даже руины оставляют огромное впечатление. Это, конечно, хорошо. Плохо, что замки находятся в состоянии руин или, в лучшем случае, требуют значительной реконструкции и ремонта.

Вернуть замкам жизнь — такая глобальная цель преследовалась международным проектом «Наследие замков в регионе Балтийского моря — возрождение и продвижение исторических объектов». Его итоги были подведены на конференции, состоявшейся в начале сентября 2009 г.

Проект длился два года. Он был реализован в рамках программы «Соседство: Литва — Польша — Калининградская область Российской Федерации (INTERREG-3A-TACIS)». Партнерами выступили подразделения правительства Калининградской области, общество гмин «Польские готические замки», администрация Полесского района Калининградской области. Из выделенных более 270 тыс. евро, 245 тыс. поступили по линии ЕС. Комплексный подход к проблеме позволил экспертам разработать стратегии развития туризма для 22 замков Калининградской области, находящихся в разной степени сохранности. В отношении одного из них — замка Лабиау (г. Полесск) — создана вся необходимая для реконструкции техническая документация, которая будет представлена потенциальным инвесторам. В стенах отреставрированного замка Лабиау должен открыться культурно-исторический комплекс, включающий сохранившуюся вокруг него городскую застройку, набережные, причалы, реку Дейму. В самом замке разместятся театр, музей, этнографическая студия, гостиница, залы для массовых мероприятий и конференций, ресторан и винный погреб. А замковый двор станет атриумом. На прилегающей территории будут созданы ремесленные и реставрационные мастерские, игровые площадки и сувенирные лавки.

Очередным объектом практических исследований и разработок документов может стать замок Прейсиш-Эйлау (г. Багратионовск).

В ходе реализации проекта разработан и единый туристический маршрут, объединяющий 12 польских и 9 калининградских орденских замков [2].

В настоящее время в Калининградской области уже существует три туристических маршрута по замкам Восточной Пруссии.

Маршрут № 1: «Два замка — две истории» (Королевский замок, Калининград + замок Шаакен, пос. Некрасово).

Помимо посещения замков и знакомства с их историей, туристам также предлагается: показ театрализованного шоу «Нашествие викингов», посещение музея инквизиции в замке

Шаакен, экспозиция осадных орудий и замковой артиллерии, школа средневековой магии, рыцарский обед в замковой таверне и активный досуг: метание копья, стрельба из лука, катание на лошадях, поиск клада.

Маршрут № 2: «Тевтонский след». Сюда входит знакомство с историей Королевского замка, замка Бранденбург — замка Бальга. Предлагается исторический тур в сочетании с активным отдыхом на побережье залива.

Маршрут № 3: «Призрак замка Инстербург (г. Черняховск)»: мистерия замка Инстербург; обзорная экскурсия. Расчет стоимости названных маршрутов представлен в таблице:

Стоимость экскурсионных маршрутов

Маршрут	Продолжительность, ч	Стоимость, руб.		
		Легковой автомобиль (до 3 чел.)	Микроавтобус (до 8 чел.)	Автобус (не менее 30 чел.)
№ 1	4	3300	4900	450
№ 2	3	2900	4300	380
№ 3	8	5900	9900	650

К сожалению, замки тевтонского ордена в нашем регионе не используются полностью, как это делают наши соседи. Например, в Польше, помимо ознакомительных экскурсий и развлекательных мероприятий, туристу предлагается ночлег в старинном замке. Клиент получает возможность совершить экскурс в прошлое благодаря рассказам персонала отеля и уникальным предметам оформления интерьера, которые могли бы стать музейными экспонатами. Вопреки распространенному заблуждению, остановиться в замке-отеле можно и за совсем небольшие деньги. Даже в самых лучших отелях Англии, где постояльцев развлекают, например, соколиной охотой, цена за ночь обычно не превышает 150—300 дол. Традиции замковой архитектуры в России не столь богаты, как в Европе. Кроме того, российская общественность весьма настороженно от-

носится к превращению памятников архитектуры в гостиницы. Именно по этим причинам большинство замков-отелей России представляют собой лишь стилизации.

Областные власти признали, что они не в состоянии обеспечить сохранность оставшихся замков. Губернатор Георгий Боос, а также директор Научно-производственного центра по охране памятников Калининградской области Е. Калашникова считают, что замки следует передать в частные руки, с возможностью использовать строения и в коммерческих целях (например, оборудовать там гостиницы), но на условии сохранения исторического облика зданий. Такой прецедент уже имеется — еще в начале 1990-х гг. частный инвестор начал переоборудование замка Прейсиш-Эйлау (в Багратионовске) под гостиницу и ресторан. К сожалению, опыт оказался неудачным: в 1998 г., выполнив работы примерно на 80 %, фирма обанкротилась [3].

Возрождение замков является значительным актом. Как сказал генеральный консул Польши в Калининграде Марек Голковски, «замки были центром всей тогдашней жизни, средоточием культурных ценностей. И их возрождение — это не возрождение стен, а возрождение культурных ценностей». А сегодня отреставрированные и открытые для туристов замки вносят еще и большой экономический вклад в жизнь маленьких городов и поселков, в которых они расположены.

Рыцарские (орденские) замки, наиболее значимые и эффектные архитектурные памятники, — мощный потенциал культурного и экономического развития территории Калининградской области. Даже руины замков в комплексе с другими архитектурными памятниками и живописными историческими ландшафтами при умелом использовании могут и должны стать важнейшей составляющей индустрии регионального туризма. Лишь в последнее десятилетие активно пошел процесс восстановления объектов историко-культурного наследия. Созданы и реализуются различные государственные и региональные инвестиционные, а также совместные международные программы. Необходимо разрабатывать программы собы-

тийного туризма (юбилейные даты, связанные с основанием городов, историческими событиями), включать культурно-исторические памятники в систему экскурсионного показа и использовать их в качестве центров притяжения туристов. Хочется верить, что эти меры помогут области в будущем стать известным туристским центром, одной из главных достопримечательностей которого станет средневековая замковая культура.

Список литературы

1. *Драгилева И. И.* Историко-культурный потенциал Калининградской области и развитие туризма. Калининград, 2005.
2. *История.* URL: <http://koenigsberger-allgemeine.com/index.php/ru/history> (дата обращения: 14.04.2010).
3. *Замки Калининградской области.* URL: <http://www.liveinternet.ru/community/1246627/post56793201/> (дата обращения: 14.04.2010).

Е. О. Романова, Д. В. Титова
студентки (МГОСТИ, Коломна)

Состояние и перспективы развития гастрономического туризма в Коломне

Коломна, будучи одним из древнейших городов Подмосковья, давно стала центром культурно-познавательного туризма. Для многих приезд в Коломну — это возможность поближе познакомиться с историей и культурой русского народа, понять воспетый в народных сказках и легендах русский дух, а для россиян — еще и ощутить гордость от осознания своей принадлежности к этому великому народу.

Сегодня программы экскурсионных туров в Коломну, предлагаемые российскими туроператорами, обязательно включают осмотр историко-культурных достопримечательностей города, расположенных на территории архитектурного комплекса коломенского Кремля и прилегающего к нему По-

сада. Некоторые тематические экскурсии предполагают посещение выставочных залов, галереи современного искусства, а также Краеведческого музея и Музея кузнечного дела. Вместе с тем, как известно, историко-культурное наследие не ограничивается только памятниками истории, архитектуры и искусства. Неотъемлемая часть культурного достояния каждого народа, вызывающая живой и неподдельный интерес со стороны туристов, — национальная кухня. Для знакомства с особенностями национальной кухни и кулинарными традициями того или иного народа разрабатываются гастрономические туры.

Гастрономический (кулинарный) туризм — новый, активно развивающийся в мире вид туризма. Это путешествие по странам и континентам, совершаемое с целью попробовать традиционные в определенной местности блюда, а также отдельные их ингредиенты, имеющие особый вкус и не встречающиеся больше нигде в мире [5]. С точки зрения услуги данный вид туризма представляет собой хорошо продуманное мероприятие, позволяющее наряду с особенностями национальной кухни ознакомиться с укладом материальной культуры народа, элементами фольклора и традиционными ремеслами, способами производства.

Наиболее популярными странами для гастрономического туризма считаются Япония, Италия и Франция, чьи кулинарные традиции давно снискали славу во всем мире. На территории России данный вид туризма пока только зарождается. В чистом виде подобных туров еще не существует, а элементы гастрономических туров включают в основные туристические программы. Традиционные блюда русской национальной кухни, вызывающие неизменный интерес у туристов, — щи, рассольники, уха, окрошка, пельмени, блины, оладьи, пироги, сырники и многое-многое другое. Туристские программы могут включать посещение национальных ресторанов, где строго соблюдаются русские традиции употребления, приготовления и сервировки блюд, а также специальные гастрономические предложения, например «Обед в русской избе» в Ярославской области или «В гостях у хозяйшки...» в Вологодской области. На юге России, особенно в Краснодарском крае, популярны

посещения винодельческих заводов, с дегустацией изготавливаемых ими вин [4].

Коломна также обладает необходимыми ресурсами для развития гастрономического туризма. К таковым, например, можно отнести продукцию пчеловодческого комбината «Коломенский». Комбинат производит 40 видов натуральных продуктов на основе меда и настоев натурального природного сырья, из них 15 наименований медовых вин. Сладкие натуральные медовые вина, изготавливаемые комбинатом, — исконно русские виды вин. Кроме того, они вырабатываются по уникальной рецептуре и не имеют аналогов не только в России, но и за рубежом. Уже сегодня дегустация медовых вин входит в программу автобусных экскурсионных туров по историческим и православным центрам России. Попробовать вина можно в фирменном магазине пчеловодческого комбината «Золотой улей» и в каминном зале турагентства «Лига-тур», расположенных в историко-культурной части Коломны. Дегустация сопровождается рассказом об истории и секретах приготовления медовых напитков, их составе и целебных свойствах.

Уникальным объектом гастрономического туризма в Коломне можно считать яблочную пастилу, ставшую символом города в XVIII—XIX вв. В XIX столетии в России было известно три города, где изготавливали пастилу, — Ржев, Белев и Коломна. Однако яблочную пастилу делали только в Коломне. С XVI в. жители города активно занимались садоводством и выводили различные сорта яблок. Урожай получался довольно большим, а чтобы ничего не пропадало, необходимо было сохранить эти продукты. Таким своеобразным способом сохранения яблок была пастила. Ее изготавливали из взбитого яблочного пюре с добавлением сахара, меда, ягод и орехов.

Изначально пастилу изготавливали в крестьянских хозяйствах для личного потребления. Со временем известность местной пастилы вышла далеко за пределы Коломны. Пастилу

поставляли к царскому двору и даже продавали в Европу. В Коломне появились фабрики, на которых в отличие от крестьянских хозяйств многие технологические операции выполнялись с помощью специальных машин. Однако во время Первой мировой войны массовое производство яблочной пастилы было прекращено. А после закрытия в 1914 г. последней пастильной фабрики рецепт изготовления пастилы был утерян. И никто из современников до сегодняшнего дня не знал, какой был вкус у коломенской пастилы, как она выглядела и как готовилась.

Возрождение дореволюционного рецепта коломенской пастилы связано с открытием в январе 2009 г. в Коломне единственного в мире музея пастилы «Коломенская пастила у Николы на Посадах». Музей был создан в рамках проекта «Коломенская пастила. История со вкусом», который стал победителем пятого грантового конкурса музейных проектов «Меняющийся музей в меняющемся мире», проводимого благотворительным фондом В. Потанина.

Гастрономический музей располагается в здании бывшей лавки сладостей, построенной в 1800 г. В музее полностью восстановлен быт XIX в., собраны экспонаты, посвященные истории производства пастилы [3]. Основу экспозиции составляют разнообразные сорта коломенской пастилы XV—XIX вв., воссозданные по оригинальным старинным рецептам. Однако особенность музея состоит не столько в оригинальной экспозиции и грамотно сформированной коллекции. Уникальным для туристов является предложение попробовать вкус старинного русского лакомства. Приготовленная по старинным рецептам пастила совершенно не похожа на современную ни по виду, ни по вкусу. Это скорее маленькое пирожное, «хрустящее, нежное, сделанное в форме разноцветных кубиков, ромбов лепёшечек, квадратиков и пластинок» [3]. Аналогов такого угощения сегодня нет не только в России, но и во всем мире.

В музее есть возможность не только попробовать, но и купить пастилу в оригинальной подарочной упаковке. Ассорти-

мент постоянно расширяется. Весной 2010 г. специально к открытию в музее программы «Амуры» к уже имеющимся семнадцати сортам пастилы (клубничной, малиновой, медовой, ореховой, клюквенной, пастиле Достоевского, пастиле с хмелем «Трезвость» и др.) добавились еще три — ароматные пастилки маркизы де Помпадур, пастила с лепестками роз и весьма необычная маковая пастила. А в скором времени, по словам организаторов музея, должна появиться пастила со смоквой.

За время своего существования гастрономический музей «Коломенская пастила у Николы на Посадах» стал довольно популярным туристическим объектом Коломны. Уже сегодня посещаемость этого небольшого частного музея составляет в среднем 1700 туристов в месяц.

Дальнейшее развитие гастрономического туризма в Коломне связано с созданием в ближайшем будущем на территории коломенского Посада уникального музейного комплекса «Коломенская пастила. История со вкусом». Помимо музея пастилы, в состав комплекса войдут еще три объекта — музейная фабрика с открытым производством пастилы, коллекционный сад из исторических сортов яблок, традиционно выращиваемых в Коломне с XIV в., а также исторический гостевой дом. По общему признанию специалистов, это принципиально новое предложение в традиционном списке туристических услуг, способное не только привлечь в Коломну желаемое количество туристов, но и сформировать новый сценарий их поведения в городе [1]. А это значит, что со временем коломенская пастила — часть культуры и истории города — может стать главным местным «брендом», способствующим продвижению Коломны и Московской области на российский и международный рынок.

Список литературы

1. Гандрабура Е. История со вкусом — шанс для Коломны // 60 параллель. 2009. № 2(33). С. 88—93.

2. *Коломенская* пастила. У Николы на Посадах. [Электронный ресурс] // Сайт Коломенского центра развития познавательного туризма «Город-музей». URL: <http://www.gorodmuz.ru>.

3. *Огилько И.* Трезвость с хмелем. В Коломне открылся музей пастилы // Российская газета. 2009. № 4854.

4. *Событийный* и гастрономический туризм. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России. URL: <http://russiatourism.ru/rubriki/-1124140255>.

5. *Что* такое гастрономический туризм? [Электронный ресурс] // Гастрономический туризм. Сайт о вкусных путешествиях. URL: <http://www.gastrotur.ru>.

РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА И ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ

*В. С. Корнеевец,
канд. экон. наук, доцент (РГУ им. И. Канта, Калининград)
И. М. Артемова,
соискатель (РГУ им. И. Канта, Калининград)*

Показатели эффективности образовательного процесса, встроенного в технологию управления качеством гостиничного предприятия

Европейское профильное обучение выгодно отличается от российского тем, что по его окончании выпускник оказывается полностью готовым к активной работе [1]. Поэтому главным конкурентным преимуществом зарубежных учебных программ сервисного образования можно считать наличие тесного сотрудничества учебных заведений с гостиничными предприятиями (ГП).

Лидерами подготовки квалифицированных кадров для гостиничного бизнеса являются образовательные учреждения Швейцарии. Успешно функционирующая много лет модель сервисного образования построена на равнозначности теоретического и практического блоков учебного процесса. Ведущие менеджеры отрасли передают студентам свой опыт во время аудиторных занятий, а профессиональные стажировки позволяют студентам реализовывать совместные с ГП проекты [2].

Использование аналогичной модели подготовки кадров для гостиниц в РФ ограничено бюджетами и вузов, и самих ГП, но модель взаимодействия заинтересованных сторон может строиться на партнерской основе, особенно при реализации ГП стратегии улучшения качества услуг.

Качество гостиничных услуг основано на стандартизации оперативных процессов, что обеспечивает единую базу для оценки услуг менеджментом гостиницы и гостем. Число параметров, характеризующих качество услуг, достигает нескольких сот единиц, поскольку на ГП стандартизируются и сами рабочие процессы (прием размещение гостя, бронирование, уборка номера), и результаты труда (чистый, укомплектованный номер), и рабочая сила (навыки и знания персонала).

Выявление и управление связанными параметрами и процедурами для обеспечения качества как целостного процесса требует от гостиничного предприятия существенных людских и финансовых ресурсов, так как предполагает постоянный мониторинг стабильности бизнес-процессов (БП), измерение уровня удовлетворенности гостей и характеристик качества услуг.

Предлагаемая модель взаимодействия ГП и учебного заведения использовалась в течение 4 лет при реализации совместных проектов РГУ им. И. Канта и Объединения центральных гостиниц города Калининграда. За этот период были адаптированы, опробованы в тестовом режиме и используются в бизнес-процессах ГП научные разработки А. В. Подольчака и Е. С. Щелчковой [3; 4]; взяты в качестве обоснования для принятия управленческих решений результаты исследований [5—7]. Фрагмент модели взаимодействия вуза и гостиничного предприятия представлен на рисунке 1, границы образовательного subprocessa отмечены серым фоном.

Образовательный процесс является встроенным subprocessом в бизнес-процесс гостиницы: «Совершенствование технологии и качества услуг». Общими входами процессов вуза и ГП являются технологии, навыки и знания менеджеров гостиницы, а также знания студентов, способных при определенной подготовке на базе гостиницы выполнять работу экспертов, преобразуя входы в выходы процесса совершенствования технологии и качества услуг. Выходами процесса для вуза являются документированные результаты учебной практики и опыт работы студентов в отрасли, а для гостиничного предприятия — статистический и аналитический материал. Общий выход для вуза и ГП — индикатор эффективности сотрудничества.

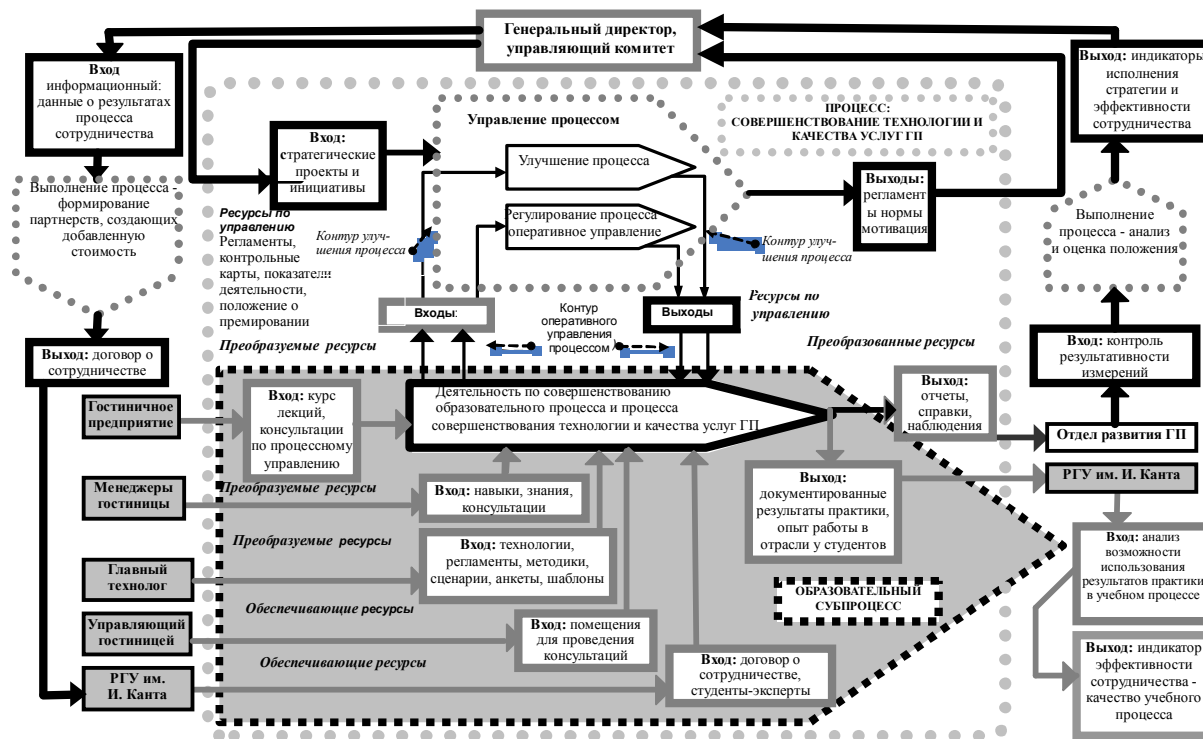


Рис. 1. Модель (фрагмент) окружения стратегической цели гостиницы:

Для процесса - совершенствование технологии и качества услуг с встроенным образовательным субпроцессом

Для вуза повышение качества образования за счет участия в бизнес-процессах действующего предприятия отрасли может контролироваться индикаторами эффективности взаимодействия:

1) доля дипломных проектов по программам сотрудничества с ГП (отношение количества дипломных проектов по программам сотрудничества к общему количеству дипломов кафедры СКС и Т);

2) доля студентов, участвующих на постоянной основе в бизнес-процессах ГП (отношение количества студентов, участвующих в совместных проектах, к общему количеству студентов кафедры СКС и Т);

3) вовлеченность студентов в бизнес-процессы ГП (отношение количества предложений стажеров по улучшению бизнес-процессов к количеству стажеров);

4) удовлетворенность студентов процессом обучения (рассчитывается по специальной методике);

5) объем полученных практических навыков и знаний (отношение суммарного количества часов, потраченных на консультации, лекции, инструктажи, тренинги менеджерами ГП, к количеству стажеров);

6) коэффициент инноваций (отношение количества внедренных научных разработок к количеству опробованных научных разработок на «реальном отраслевом полигоне»);

7) количество откорректированных учебных программ;

8) количество методических/практических пособий, изданных по итогам сотрудничества с использованием результатов новой методики в передаче знаний студентам.

Индикаторами эффективности взаимодействия для ГП могут быть:

1) количество улучшений в бизнес-процессах;

2) коэффициент удовлетворенности клиентов;

3) коэффициент качества и стабильности исполнения бизнес-процессов;

4) количество опробованных и внедренных научных разработок и результатов бенчмаркинга в технологию управления процессами ГП.

Реализованные совместные программы кафедры СКС и Т факультета сервиса РГУ им. И. Канта и Объединения центральных гостиниц города по совершенствованию образовательного процесса и процесса совершенствования технологии и качества гостиничных услуг были опробованы в тестовом режиме в рамках курсового и дипломного проектирования и учебного курса «Организация гостиничного бизнеса». В результате был составлен перечень видов совместной деятельности, позволяющих получить синергетический эффект, и определены примерные трудозатраты студентов РГУ и менеджеров ГП (табл. 1, 2).

Таблица 1

**Трудозатраты студентов кафедры СКС и Т факультета сервиса
РГУ им. И. Канта на различные виды деятельности
при реализации совместных программ с гостиничным предприятием¹**

Вид совместной деятельности	В месяц	
	количество измерений	трудозатраты студентов, ч
<i>Всего по всем видам деятельности</i>		424
1. Контроль процесса обслуживания номеров методами наблюдения и сравнения с эталоном	2,3	5
1.1. Контроль и оценка санитарного состояния помещений гостиниц по действующим технологиям	1	3
1.2. Входной контроль ресурсов бизнес-процессов	0,3	1
1.3. Проверка документации, обслуживающей процессы. Анализ оперативных данных и отчетов этажной службы	1	1
2. Бенчмаркинг гостиничных технологий методом сбора данных	3	3
3. Измерение, сбор и обработка данных различными методами	58	194

¹ Время, затраченное студентами на написание курсового и дипломного проекта, самостоятельный поиск, изучение теоретических источников не учитывалось. Учитывалось чистое время совместной работы, консультации, инструктажи, измерения, анализ, обработка данных, составление отчетов.

Продолжение табл. 1

Вид совместной деятельности	В месяц	
	количество измерений	трудозатраты студентов, ч
3.1. Измерение уровня качества услуг администраторов методом «Таинственный покупатель» и тестирование требований контрольных карт для совершенствования процессов (всего процессов — 13)	4	48
3.2. Измерение уровня качества телефонных переговоров методом «Таинственный покупатель» и тестирование требований контрольных карт для совершенствования процессов (всего процессов — 2)	8	8
3.3. Измерение уровня качества услуг методом контрольных карт качества (ККК) и тестирование требований контрольных карт для совершенствования процессов (всего ККК — 10)	4	48
3.4. Измерение удовлетворенности клиентов (проведение опросов, анкетирования, заполнение отчетных таблиц)	30	30
3.5. Измерение уровня мотивации персонала (проведение опросов, анкетирования, заполнение отчетных таблиц)	1 раз в год	10
3.6. Измерение уровня лояльности персонала (проведение опросов, анкетирования)	1 раз в 6 мес	2
3.7. Обработка статистических данных по улучшению бизнес-процессов	8	16
3.8. Сбор и обработка данных для маркетинговых исследований, мониторинг рынков, отраслевых трендов	4	32
4. Измерение производительности труда и анализ эффективности бизнес-процессов методом хронометрирования	22	76
4.1. Фотографии рабочего дня и анализ распределения рабочего времени по процессам для их экспертной оценки (10 человек в год)	2	16
5. Мониторинг трудозатрат на бизнес-процессы гостиницы (бронирование, размещение, обслуживание номеров)	1 процесс в квартал	56
5.1. Измерение трудозатрат на проведение систематических контрольных мероприятий и обработку собранных статистических данных	20	4

Окончание табл. 1

Вид совместной деятельности	В месяц	
	количество измерений	трудозатраты студентов, ч
6. Мониторинг жизнеспособности бизнес-процессов (изучение потенциальных возможностей для их улучшения методом экспертной оценки и внедрения в процесс в качестве клиентов):	1 процесс в квартал	60
6.1. Обслуживание номеров	1 раз в год	15
6.2. Прием, размещение, выезд гостя	1 раз в год	15
6.3. Бронирование номеров	1 раз в год	15
6.4. Управление взаимоотношениями с клиентами	1 раз в год	15
7. Тестирование новых методик, а также объективности/применимости/полноты используемых оценочных шаблонов и шкал методом сопоставления и участия, погружения, эксперимента:	1 методика в 2 месяца	80
7.1. Санитарное состояние гостиниц	1 раз в год	16
7.2. Уровень исполнения стандартов персоналом	1 раз в год	16
7.3. Оценка качества работы персонала	1 раз в год	16
7.4. Оценка удовлетворенности клиентов	1 раз в год	16
7.5. Оценка удовлетворенности сотрудников	1 раз в год	16
8. Прочее:		6
8.1. Оформление презентаций гостиниц, ресторанов	1 раз в год	3
8.2. Сбор исторических, архивных материалов для формирования имиджа гостиниц	1 раз в год	3

Усредненные фактические затраты времени на выполнение процесса «Совершенствование технологии и качества гостиничных услуг» (табл. 2) демонстрируют, что основное время в этом процессе и стажерами, и менеджерами расходуется на процесс измерение качества услуг.

Для ГП, которое занимается совершенствованием бизнес-процессов, измерение уровня его показателей — необходимый элемент, который определяет отправную точку для начала процесса совершенствования и дает менеджменту аргументы для принятия решений по развитию бизнес-процессов.

Таблица 2

Затраты времени на выполнение процесса «Совершенствование технологий и качества гостиничных услуг»

Вид деятельности	Затраты времени, ч в мес.	
	Эксперты	Менеджеры
1. Контроль исполнения стандартов методом наблюдения	5	36
2. Бенчмаркинг гостиничных технологий	3	8
3. Измерение уровня качества услуг	194	92
4. Анализ эффективности БП, производительности труда	76	54
5. Мониторинг жизнеспособности и резервов улучшения БП	60	72
6. Тестирование методик, объективности оценочных шкал	80	78
7. Прочее	6	2

Для каждого вида деятельности менеджеры гостиничного предприятия разрабатывали программу исследований, готовили рабочие материалы, инструктировали и консультировали стажеров.

Например, в период с 30.10.2009 по 11.12.2009 студентами 5-го курса РГУ им. И. Канта (факультет сервиса, кафедра социально-культурного сервиса и туризма) в рамках преддипломной практики проводилась тестовая проверка разработанной авторами «Технологии управления процессом контроля качества предоставляемых услуг в службе приема и размещения» в гостиницах ОАО «Калининград». Задачами исследования были:

- 1) определить существующий уровень качества услуг в службе размещения методом «Таинственный покупатель» (ТП);
- 2) определить существующий уровень качества услуг в службе размещения методом контрольных карт качества (ККК) — оказание услуг в присутствии эксперта;

3) определить примерные трудозатраты на проведение систематических контрольных мероприятий;

4) оптимизировать содержание контрольных карт для постоянного применения;

5) проверить объективность/применимость/полноту разработанных оценочных шкал;

6) систематизировать опытные данные по методам ТП и ККК с целью их использования при разработке цикла непрерывного улучшения качества процесса приема, размещения и выезда гостя.

В дальнейшем решались следующие задачи:

7) определить воспроизводимость метода, сравнить результаты второго этапа проверки с данными, полученными в ходе первого этапа;

8) уточнить параметры объективности / применимости / полноты разработанных оценочных шкал;

9) систематизировать опытные данные, полученные разными методами, с целью разработки методики определения коэффициента качества услуг.

Фрагменты отчета об исследовании представлены в таблице 3; приведенные в ней цифры дают общее представление об объеме работ и результатах сотрудничества. Как следует из таблицы 3, трудозатраты студентов РГУ им. И. Канта почти в три раза выше трудозатрат менеджеров ГП, что лишний раз подчеркивает ценность для ГП этого сотрудничества, особенно на стадии внедрения процессного управления, когда не все методики отработаны и требуют проверки и корректировки. Особая ценность этого метода сотрудничества для студентов заключается в том, что они работают в команде и являются участниками реальных производственных отношений. Кроме того, в период практики поощряется активный обмен мнениями по поводу бизнес-процессов, что прививает навыки командной работы.

Таблица 3

**Общие параметры тестовой проверки
«Технологии управления процессом контроля качества
предоставляемых услуг в службе приема и размещения»
за период с 30.10.2009 по 11.12.2009**

Параметр тестовой проверки	Телефон- ные пере- говоры	Посе- ление	Мониторинг ККК* для ад- министрато- ров	Мониторинг ККК* для управляю- щих	Итого
Всего стажеров, чел.	5	4	5	5	5
Всего шаблонов документов, шт.	2	4	13	1	20
Всего заполнен- ных оценочных листов, легенд, шт.	45	17	200	10	272
Всего расчетных таблиц стажеров, шт.	26	0	8	0	34
Всего расчетных таблиц отдела раз- вития, шт.	6	6	8	4	23
Общие трудоза- траты стажеров, ч	85,64	36,25	431,22	0	553,11
Общие трудоза- траты отдела раз- вития, ч	51	19,5	116	0	186,5
Количество пред- ложений по улуч- шению БП гости- ницы, шт.	3	5	17	7	32
Отчет	На 462 листах — электронная версия				
Тестирование	3 метода исследования, 5 оценочных шкал				
Дипломных проектов	3				
Количество командных сове- щаний	10				

*Контрольные карты качества при исполнении стандартов.

В рамках проекта, результаты которого представлены в таблице 3, экспертами была выполнена оценка качества ключевого процесса приема, размещения и выезда гостя методами ТП и ККК. Сравнение результатов этих методов измерения показало (табл. 4), что параметры качества выполнения процесса в присутствии экспертов в 1,2—1,55 раза выше, чем по методу ТП. Присутствие экспертов способствует повышению качества процесса ГП.

Таблица 4

**Сравнительная оценка качества процесса
приема, размещения и выезда гостя методом
«Таинственный покупатель» (ТП)
и контрольных карт качества (ККК) в присутствии экспертов**

Контролируемый параметр	Гостиница					
	«Калининград»		«Москва»		«Чайка»	
	ТП	ККК	ТП	ККК	ТП	ККК
Эмоциональная оценка, балл	2,57	5,14	5,21	6,27	6,71	6,35
Профессиональная оценка, балл	3,53	4,89	5,79	6,5	7	6,67
Выполнено стандартов по внешнему виду, %	66,67	86	90,48	96	90,91	95
Выполнено стандартов по продаже услуги, %	33,33	40	50,00	58	68,75	71

Постоянная работа экспертов в качестве «таинственных покупателей» (ТП) позволяет оценить стабильность процесса оказания гостиничных услуг во времени и управлять им. На рисунках 2, 3 представлены тренды показателей гостиничной услуги для разных ГП, которые рассчитаны на базе двух серий измерений, выполненных студентами РГУ им. И. Канта в разные периоды.

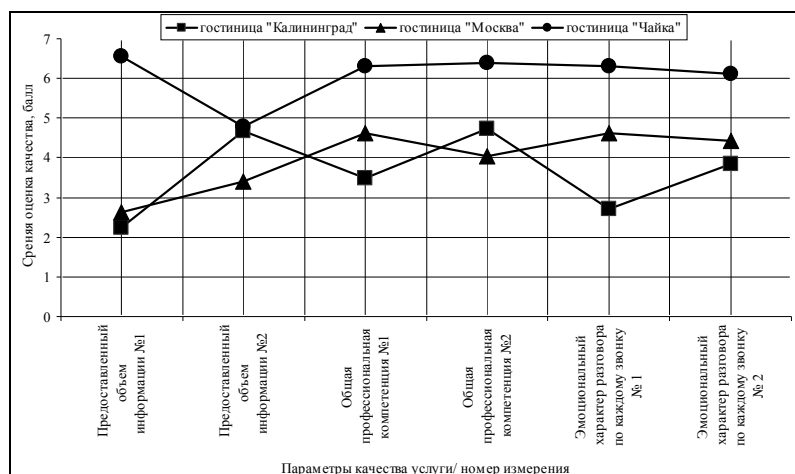


Рис. 2. Сравнение средних оценок качества ведения телефонных переговоров в ноябре 2009 г. и январе 2010 г. на разных гостиничных предприятиях

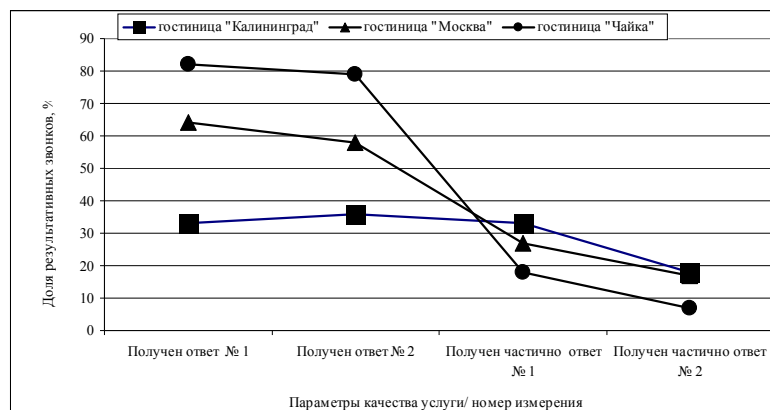


Рис. 3. Сравнение результативности телефонных обращений в ноябре 2009 г. и январе 2010 г. на разных гостиничных предприятиях

В гостинице «Чайка» процесс ведения телефонных переговоров стабилен и ведется на достаточно высоком уровне: качество телефонных переговоров (рис. 2) находится в интервале от 6 до 6,5 баллов из 7. Результативность телефонных обращений (рис. 3) находится в интервале от 80 до 90 %. В двух других гостиницах услуги оказываются нестабильно и ниже требуемого технологией уровня. На рисунке 3 не отражены такие негативные параметры процесса, как «разговор не состоялся» и «ответ не получен или переадресован».

Сравнение количества результативных телефонных переговоров по методу ТП в ноябре 2009 г. и январе 2010 г. показало следующее.

1. В гостинице «Калининград» увеличилось количество несостоявшихся телефонных переговоров в 2,4 раза (автоответчик, телефон занят, не берут трубку), при этом увеличилось количество подробных ответов в 1,1 раза и уменьшилось количество частичных ответов в 1,8 раза. Переадресаций зафиксировано не было.

2. В гостинице «Москва» увеличилось количество несостоявшихся телефонных переговоров (не берут трубку; в ноябре такие случаи не были зафиксированы), увеличилось количество переадресаций в 1,8 раза, но уменьшилось количество частично полученных ответов в 1,6 раза.

3. Существующий уровень качества процесса «Прием, размещение и выезд гостя» (в части предложение услуги размещения) не соответствует требованиям стандарта. В гостиницах «Калининград» и «Москва» остается нестабильным качество коммуникаций с гостем. Тем не менее в гостинице «Калининград» произошли значительные улучшения в этом плане: стажеры отмечают доброжелательность администраторов и заинтересованность в продаже услуги. В гостинице «Чайка» уровень коммуникаций с гостем при продаже услуг остается стабильно высокими.

4. Знание администраторов о проводимой работе по методу ТП способствует повышению качества их работы.

5. По итогам программ в ГП были срочно выполнены корректирующие действия по улучшению исследуемого процесса.

В рамках еще одного совместного проекта — «Оптимизация процесса обслуживания номеров» — студентами РГУ им. И. Канта были выполнены работы в общем объеме 178 человеко-часов с использованием различных методов оценки качества процесса обслуживания номеров:

- визуальная и органолептическая оценка санитарного состояния при случайной выборке помещений;
- анализ и обработка оперативных и статистических данных этажных служб;
- фотографии рабочего дня сотрудников этажной службы.

При выполнении совместных проектов установлено, что ГП, ориентированное на процессное управление, заинтересовано в постоянном присутствии стажеров, так как это позволяет:

- 1) идентифицировать процессы или области, которые нуждаются в совершенствовании;
- 2) составить представление о направлении развития с течением времени, т. е. о тренде показателей бизнес-процессов;
- 3) сравнить уровень показателя ГП с уровнем показателей других организаций в рамках маркетинговых исследований и бенчмаркинга;
- 4) оценить, дают ли начатые (или уже завершённые) проекты какой-либо результат;
- 5) оценить, какими инструментами стоит пользоваться при совершенствовании бизнес-процессов.

К сожалению, потребности ГП не всегда согласуются с учебным планом вуза. Четырёхлетний опыт реализации совместных программ позволил предположить, что корректировка учебного плана сервисных специальностей может быть произведена со смещением акцентов в сторону практического менеджмента по предлагаемой программе (см. табл. 1, с. 105), но для этого должен быть составлен гибкий учебный план для участников совместных проектов (табл. 5). Единственным условием управления совместным процессом совершенствования является создание команды заинтересованных участников.

**Протокол распределения функциональной нагрузки между студентами-практикантами разных курсов обучения при реализации совместных проектов в период прохождения практики на гостиничном предприятии
(не менее 200 номеров)**

Показатель		Курс					Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Расписание работы на гостиничном предприятии	
		1-й	2-й	3-й	4-й	5-й														
Неделя практики по учеб- ному плану		2	2	4	8	6														
Дней практики по учебному плану		12	12	24	48	36	Студентов-экспертов, чел.													
Студентов- практикантов, работающих на гостиничном предприятии, чел. / год	1-й курс	4	Наблюдение										2	2			2	2	Первая верхняя неделя	
	2-й курс		4	Наблюдение						2	2	2			2				Вторая верхняя неделя	
	3-й курс			5	Маркетинг		2	2		2	2	2	2	2	2		2	2	Верхняя неделя	
	4-й курс	контроль стандар- тов			5				5	5	5	5	5	5	5	5			Первая нижняя неделя	
	5-й курс	мониторинг качества процессов				5	5	5	5								5	5	5	Вторая нижняя неделя
Человеконедель/ год	106	8	8	20	40	30	7	7	10	9	9	9	9	9	9	10	9	9	106 человеконе- дель/год	
ВСЕГО человекоднев практики на ГП в год	636	48	48	120	240	180	5	5	10	5	5	5	5	5	5	10	5	5	Всего, чел./нижнюю неделю	
							2	2	0	4	4	4	4	4	4	0	4	4	Всего, чел./верхнюю неделю	

Список литературы

1. *Тематический обзор ОЭСР по высшему образованию «Аналитический доклад по высшему образованию в Российской Федерации»* / под ред. М. В. Ларионовой, Т. А. Мешковой. М., 2007.
2. *Артемова И. М.* Интернационализация высшего профессионального образования как средство создания качественного кадрового резерва гостиничной отрасли // Туристско-рекреационный потенциал и особенности развития туризма: сб. ст. / под ред. В. С. Корнеева. Калининград, 2007. С. 107—118.
3. *Подольчак А. В.* Формирование системы управления мотивацией персонала на предприятиях гостиничного хозяйства: дис. ... канд. экон. наук. Сочи, 2001.
4. *Щелчкова Е. С.* Механизмы повышения конкурентоспособности в гостиничном бизнесе: дис. ... канд. экон. наук. М., 2008.
5. *Артемова И. М., Сыровнев Д. А.* Эффективность использования конференц-услуг в гостиничных предприятиях // Туристско-рекреационный потенциал и особенности развития туризма: сб. ст. / под ред. В. С. Корнеева. Вып. 3. Калининград, 2009. С. 101—107.
6. *Артемова И. М.* Бренд и репутация гостиницы как нематериальные активы ее стоимости // Там же. С. 90—101.
7. *Климова Е. А.* Использование исторических и справочных материалов при оформлении интерьера бизнес-отеля «Чайка» // Там же. С. 107—117.
8. *Индикаторы науки: 2009: стат. сб.* М., 2009.

*И. М. Артемова,
соискатель (РГУ им. И. Канта, Калининград)*

Моделирование бизнес-процессов гостиничного предприятия

В настоящее время процессный подход к управлению входит в число восьми основополагающих принципов стандартов ИСО серии 9000:2000, где бизнес-процесс рассматривается как устойчивая совокупность взаимосвязанных видов деятельности, которая по определенной технологии преобразует «входы» в «выходы», представляющие ценность для потребителя [1].

Достаточно подробно процессный подход к управлению промышленными и торговыми предприятиями, медицинскими и государственными учреждениями описан Р. Капланом, Д. Нортон, В. В. Репиным, Дж. Харрингтоном, и др. [2—4]. Попытки применить в сфере гостиничного сервиса подходы к процессному управлению, оправдавшиеся в сфере материального производства, как правило, оказываются несостоятельными, так как:

- создание и потребление услуги в гостиничном сервисе осуществляется одновременно (услуга не сохраняется во времени);
- гость является участником процесса оказания услуги;
- качество услуги оценивается гостем непосредственно в момент ее предоставления;
- многообразие требований гостей затрудняет регламентацию и стандартизацию технологии обслуживания;
- способы предоставления услуги и продолжительность процессов трудно унифицируются, так как зависят от личной компетентности каждого сотрудника;
- высокий процент ручного труда придает услуге свойства, присущие каждому исполнителю;
- большое количество межфункциональных и информационных связей при оказании гостиничной услуги слабо формализуются;
- работа на гостиничном предприятии (ГП) носит творческий характер и определяется индивидуальными особенностями характера и общего уровня культуры каждого работника.

Тем не менее общие представления о технологии построения процессной структуры гостиничного предприятия можно получить в некоторых специализированных источниках. Как правило, это документы, регламентирующие деятельность мировых лидеров гостиничной индустрии [5].

Процессное управление гостиничным предприятием позволяет рассматривать сеть бизнес-процессов ГП в качестве единого/сквозного технологического процесса, обеспечиваю-

щего кратчайший путь клиента к полной удовлетворенности гостиничной услугой, и выполнять моделирование идеального процесса на базе единой системы его совершенствования.

При функциональном принципе управления каждый отдел (рис. 1, вертикальные прямоугольники) оптимизирует собственные показатели в сфере своей ответственности, одновременно стремясь расширить полномочия и влияние [6; 7] без учета интересов клиента. Это ведет к конфликту целей и конфликту действий, поскольку хорошие показатели отделов существенно не влияют на удовлетворенность потребителя [8]. Клиент при получении услуги преодолевает несколько границ между отделами, так как в функционально-ориентированной организации не существует ответственных за выполнение кросс-организационных процессов.

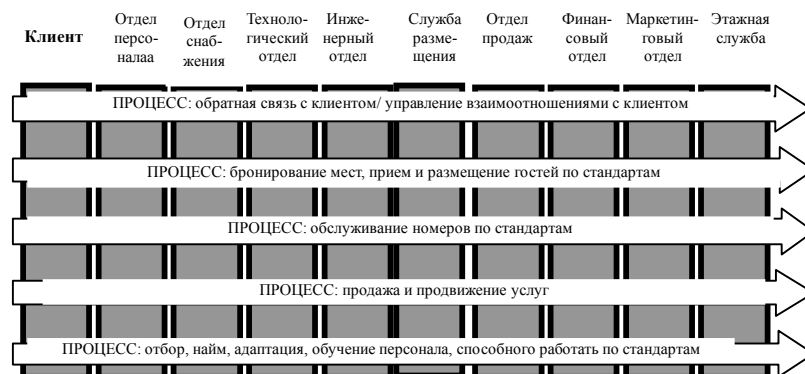


Рис. 1. Конфликт между потребностями клиента и отделами и процессами гостиницы

При процессном управлении создание ценности услуги ГП осуществляется кросс-функциональными командами и сосредоточено в процессах, изображенных на рисунке 1 горизонтальными стрелками. Владельцы процессов отвечают за его результат, имеют полномочия вносить изменения в любую часть «своего» процесса, координируют деятельность участ-

ников процесса и совершенствуют его, устраняя причины возникающих проблем на границах между подразделениями/поставщиками/участниками процесса и используя основные принципы процессного управления:

- 1) процессное управление основывается на управлении по целям;
- 2) количество и форма процессов определяется целями;
- 3) ответственность за результат и выполнение процесса возлагается на владельца процесса;
- 4) процесс имеет внешние границы и взаимодействует с окружением через интерфейсы (вход — ресурсы, выход — продукты/услуги);
- 5) требования к результатам процесса предъявляют клиенты процесса (внутренние и внешние).

В предложенной схеме (рис. 1) гость является одним из подразделений мультиатрибутивной гостиничной услуги и поэтому влияет на ход и результат процессов ГП. К примеру: в процессе продажи и продвижения услуг гость участвует, рекомендуя гостиницу коллегам, своими отзывами на сайте, участием в различных программах и акциях, своей лояльностью к ГП. На процесс отбора, найма, адаптации и обучения персонала гость влияет не только своими отзывами о персонале, но и особенностями своего поведения, формируя у сотрудников новые знания о потребностях клиентов, навыки в разрешении нестандартных ситуаций, стереотипы действий в штатных ситуациях.

Гость инициирует формирование новых услуг/пакетов услуг ГП. Например, при проведении бизнес-мероприятия гость заказал аренду конференц-зала, трансфер, визовую поддержку, услуги проживания и питания. Заявка побуждает ГП разработать универсальный и избыточный стандарт оказания конференц-услуг для того, чтобы клиент сам формировал необходимый ему пакет.

В настоящей статье рассматривается фрагмент концептуальной модели процессного управления ГП для бизнес-процесса обслуживания номеров в трехзвездочной гостинице

на 200 номеров при реализации стратегической цели — улучшение качества услуг ГП. Схема внешнего окружения процесса обслуживания номеров представлена на рисунке 2.



Рис. 2. Внешняя среда бизнес-процесса обслуживания номеров

Такая упрощенная графическая модель позволяет увидеть взаимодействия процессов без излишней детализации и декомпозировать стратегическую цель до уровня цели управления процессом обслуживания номеров. Вероятно, этой целью может быть совершенствование процесса обслуживания номеров на базе актуальных данных об удовлетворенности внутренних и внешних клиентов. Повышение эффективности взаимодействия между участниками внешней среды процесса и сокращение транзакционных издержек — главная управленческая задача для реализации стратегической цели — улучшение качества услуг ГП.

Моделирование бизнес-процессов как отражение субъективного видения реально существующих в организации про-

цессов при помощи графических, табличных, текстовых способов отражения [4] позволяет выявить ресурсы, связи и взаимоотношения в ГП, которые прежде игнорировались или не осознавались, но существенно влияют на ценность гостиничной услуги.

Главными задачами, возникающими при моделировании бизнес-процессов ГП, являются: выбор приоритетных (ключевых) процессов, определение необходимой глубины их описания с точки зрения практической целесообразности и измеримости, анализ выбранных процессов и их совершенствование на основе принципа процессного подхода к управлению — клиент-поставщик.

В сфере материального производства к основным процессам традиционно относят те, которые добавляют ценность продукту, — маркетинг, поставки, производство. Вспомогательные бизнес-процессы состоят из тех, которые напрямую не добавляют ценности, но увеличивают стоимость изделия, — управление персоналом, документацией, техническое обслуживание оборудования, бюджетное управление, административно-хозяйственная деятельность [4].

Учитывая особенности процессного управления на ГП, процессы продаж, управления персоналом, технологии предоставления услуг, административно-хозяйственной и технической деятельности по обслуживанию номеров следует отнести к основным бизнес-процессам. Выходы этих процессов (позитивные и эффективные коммуникации с гостем правильно подобранного персонала, скорость обслуживания, чистота в полностью укомплектованном номере, исправное инновационное оборудование) существенно добавляют ценность услуге. Не случайно основные критерии удовлетворенности гостей — чистота, безопасность, доброжелательный персонал, эргономичный, комфортабельный номер.

Процесс обслуживания номеров относится к основным бизнес-процессам ГП и имеет несколько уровней (субпроцессов), описанных в таблице.

**Блок схема процесса нулевого уровня для бизнес-процесса
обслуживания номеров
(владелец процесса — начальник этажной службы)**

Блок схема процесса нулевого уровня (перечень subprocesses)	Владелец субпроцесса	Участники subprocessa
0.0. Управление процессом обслуживания номеров	Начальник этажной службы (НЭС)	Все участники субпроцессов нулевого уровня
1.0. Материально- техническое обеспечение номеров	Начальник АХО	Гость, экспедитор, водитель, внешние поставщики
2.0. Инженерно- техническое обеспечение номеров	Инженер по эксплуатации зданий	Гость, слесарь, электрик, столяр, маляр, внешние подрядчики
3.0. Информационное обеспечение номеров	Главный технолог	Гость, начальник отдела продаж, маркетолог, начальник АХО, инженер по эксплуатации зданий
4.0. Обеспечение бельем номеров (сдача/получение, стирка, комплектование, учет белья)	Заведующий прачечной	Гость, стиральщица, швея, кастелянша, водитель, старшая горничная
5.0. Подготовка к работе	Старшая горничная, НЭС	Гость, дежурный администратор, горничная
6.0. Уборка номера	Старшая горничная	Горничная
7.0. Контроль качества	Старшая горничная	Гость, горничная, комиссия
8.0. Обратная связь с внутренними и внешними клиентами	Маркетолог	Гость, все участники субпроцессов

Дальнейшая детализация бизнес-процесса приводит к рассмотрению процессов/субпроцессов первого/второго (и т. д.) уровней. Ниже приводится пример декомпозиции субпроцесса подготовки к работе в рамках процесса обслуживания номеров.

**Пример декомпозиции субпроцесса подготовки к работе
в рамках процесса обслуживания номеров
(фрагмент схемы)**

5.0. Блок-схема первого уровня детализации субпроцесса подготовки к работе в рамках процесса обслуживания номеров.

- 5.1. Планирование работы.
- 5.2. Комплектование тележки горничной.
- 5.3. Проверка номера перед уборкой.

Блок-схема второго уровня детализации субпроцесса подготовки к работе в рамках процесса обслуживания номеров.

5.1. Планирование работы.

5.1.1. Формирование задания для обслуживания номеров.
5.1.2. Проверка записей в журналах санитарного состояния номерного фонда и технического состояния номеров.

5.1.3. Проверка отчета ПО «ИнтерОТЕЛЬ» о выезде гостей и сверка с дежурным администратором.

5.1.4. Проверка графика заезда гостей и сверка с дежурным администратором.

5.1.5. Проверка присутствия гостя в номере.

5.2. Комплектование тележки горничной.

5.2.1. Входной контроль качества материалов.

5.2.2. Взять/получить моющие средства.

5.2.3. Взять/получить уборочный инвентарь.

5.2.4. Взять/получить уборочное оборудование.

5.2.5. Взять/получить аксессуары.

5.2.6. Взять/получить информационные материалы.

5.2.7. Взять/получить чистое белье, текстиль.

5.2.8. Взять/получить мешки для грязного белья.

5.3. Проверка номера перед уборкой.

5.3.1. Проверить номер на сохранность/порчу имущества.

5.3.2. Проверить исправность инженерных систем в номере.

5.3.3. Проверить наличие в номере забытых вещей гостя.

Глубина детализации бизнес-процесса определяется для конкретных целей работы с процессами: оптимизация, реинжиниринг, измерение текущего состояния процесса.

На рисунке 3 для примера показан фрагмент модели субпроцесса уборки номеров, детализированный до уровня операции подготовки номера к уборке (серый фон имеют прямоугольники субпроцессов, которые должны быть формализованы стандартами или процедурами либо описаны как процессы, так как они существенно влияют на показатели всего бизнес-процесса).



Рис. 3. Схема субпроцесса подготовки номера к уборке (фрагмент, выполненный для анализа процедуры комплектования тележки)

Проведенное измерение текущего состояния процесса обслуживания номеров (рис. 3) в трехзвездочной гостинице на 200 номеров показало, что горничная тратит много времени на подготовку номера к уборке. Ей приходится комплектовать те-

лежку на трех складах, получая все необходимые принадлежности для разных процедур. Сократить время на этом этапе стало возможным за счет унификации процедуры получения готовых комплектов белья и готовых комплектов информационных материалов, заранее сформированных кастеляншей, а также за счет совершенствования процесса обработки белья в прачечной.

Главным заказчиком подразделения прачечной является служба номерного фонда, и если белье из прачечной поступает неритмично или некомплектно, то горничная тратит время на поиск, ожидание, комплектование белья (до 45 минут в смену). Это снижает темп работы и вынуждает горничных повторно заходить в номера, чтобы пополнить запас недостающих принадлежностей. Поэтому решение поручить комплектование белья кастелянше до начала рабочей смены повышает производительность труда горничных. Изменение режима работы прачечной — работа в две смены — позволяет сократить цикл обработки белья, что стабилизирует ритмичность поступления чистого белья на склад и сокращает складские запасы белья до 25 %.

Процессный подход позволяет выявлять существующие скрытые системные потери, которые увеличивают издержки и не добавляют потребительской ценности гостиничной услуге, — это излишние передвижения работников и время ожидания, перемещения, запасы материалов и пр. Использование различных уровней детализации при описании бизнес-процессов ГП и их анализ позволяют найти пути совершенствования, оптимизации или реинжиниринга бизнес-процессов.

Модель бизнес-процесса обслуживания номеров (рис. 4) позволяет увидеть все его составляющие, определить, какие процессы внешней среды могут быть subprocessами и в какой мере процесс обслуживания номеров имеет кросс-функциональный характер.

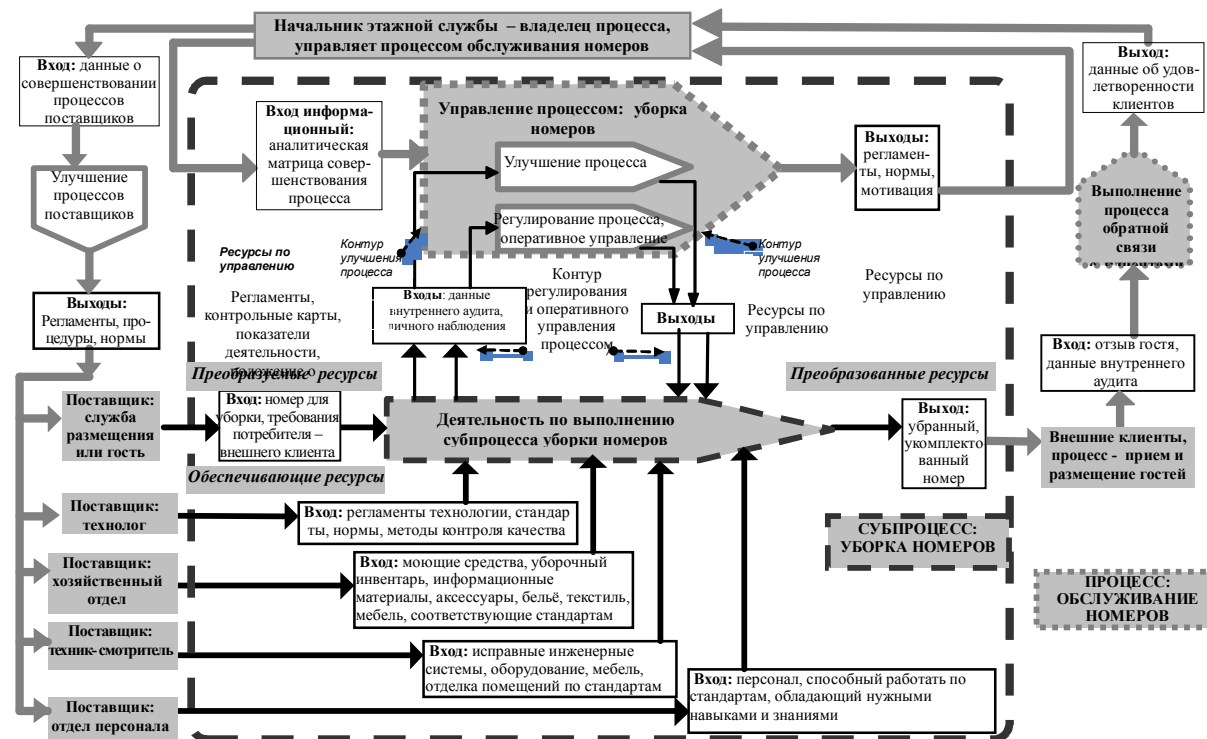


Рис. 4. Модель (фрагмент) бизнес-процесса обслуживания номеров

В модели (рис. 4) основные клиенты и поставщики субпроцесса уборки номеров изображены в виде прямоугольников, входы и выходы субпроцесса — стрелками. За границами субпроцесса уборки номеров находится его внешняя среда, процессы технологической подготовки, административно-хозяйственного обеспечения, технического обслуживания, отбора, найма и подготовки персонала. Эти процессы условно обозначены «технолог», «отдел персонала», «хозяйственный отдел», «техническая служба» и рассматриваются как поставщики обеспечивающих и преобразуемых ресурсов для внутренних клиентов гостиницы — сотрудников этажной службы, а также являются субпроцессами для кросс-процесса обслуживания номеров.

Каждое гостиничное предприятие определяет для себя степень консолидации процессов/субпроцессов и в зависимости от численности персонала, количества номеров в гостинице, структуры ГП, уровня комфорта, развитости инфраструктуры и прочих составляющих решает, что включать в рассматриваемый процесс, а что оставить за его пределами. В частности, субпроцесс уборки номеров может рассматриваться как отдельный бизнес-процесс.

Требования внешних и внутренних клиентов определяются на основе анализа и обработки оперативных и статистических данных: фотографии рабочего дня сотрудников, метода «Таинственный покупатель», определения уровня удовлетворенности клиентов, сотрудников и других, а также на базе согласованных требований сотрудников ГП, активно участвующих в процессе обслуживания номеров. Для субпроцесса уборки номеров это сотрудники всех отделов поставщиков и потребителей.

Поставщики должны выяснить требования внутренних и внешних клиентов к поставляемым ресурсам: качеству и типу аксессуаров, графику стирки белья, методам уборки, организации труда и прочим составляющим; перестроить под эти требования свои субпроцессы и поставлять соответствующие ресурсы.

Требования внешних клиентов процесса обслуживания номеров могут иметь следующие характеристики:

- соответствие заявленного в рекламной продукции уровня комфорта и качества фактическому уровню;
- единые стандарты качества для всех номеров одной ценовой категории;
- достаточное количество готовых номеров к приему гостей;
- уборка номера в удобное для гостя время;
- чистый, свежий, полностью укомплектованный номер;
- минимальное вмешательство в частную жизнь гостя;
- исправное оборудование, простое управление им;
- информационные материалы актуальны и позволяют легко ориентироваться;
- хорошее освещение (общее, в рабочей зоне, в санузле регулируемое);
- тишина в номере;
- гарантия полной безопасности имущества клиента;
- хорошее качество и ассортимент аксессуаров (шампунь, кондиционер, туалетная бумага, соль для ванны);
- удобные кровати и качественное или экологичное белье;
- услуги, входящие в стоимость номера (холодильник, WiFi, кондиционер);
- эргономичная планировка номера и др.

Требованиями внутренних клиентов ГП могут быть:

- сокращение затрат времени и средств на обслуживание номеров;
- оптимальные складские запасы;
- персонал, способный работать по стандартам;
- удобный график работы персонала;
- современные моющие средства и уборочный инвентарь;
- обоснованные нормы расхода материалов для уборки номеров;
- эффективная система управления этажной службой;
- объективная система оценки качества процесса и мотивации персонала и др.

Процессный подход не делает различий между внешними и внутренними клиентами: если качество взаимодействия с внутренним клиентом будет неудовлетворительным, то это рано или поздно трансформируется в неудовлетворенность внешнего клиента. При гармоничном совмещении требований внутренних и внешних клиентов может быть достигнута максимальная эффективность процесса, поэтому очень важными для продуктивности процесса является постоянный мониторинг отношений клиент-поставщик.

Высокая клиентоориентированность — отличительная черта процессного подхода, поэтому гостиничному предприятию необходимо организовать бизнес-процессы таким образом, чтобы учитывались все изменения требований клиента для быстрого приспособления процесса к их удовлетворению. Лишь в этом случае появляется возможность использовать весь потенциал процессного подхода, но при этом обязательно меняются управленческие приоритеты и в центре внимания должны находиться не отделы и подразделения, персонал, а системы и процессы.

Список литературы

1. *Шеер А.-В.* Бизнес-процессы. Основные понятия. Теория. Методы / изд. 2-е, перераб. и доп.; пер. с англ. М., 1999.
2. *Каплан Р., Нортон Д.* Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты / пер. с англ. М., 2005.
3. *Харрингтон Дж., Эсселинг К. С., Нимвеген Х. В.* Оптимизация бизнес-процессов. Документирование, анализ, управление, оптимизация. СПб., 2002.
4. *Репин В. В., Елиферов В. Г.* Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов. М., 2004.
5. *Application Summary.* The Ritz-Carlton Hotel Company. L.L. C. Malcolm Baldrige National Award. N. Y., 1999.
6. *Робсон М., Уллах Ф.* Практическое руководство по реинжинирингу бизнес-процессов / пер. с англ.; под ред. Н. Д. Эриашвили. М., 1997.
7. *Andersen B., Petersen P.-G.* The Benchmarking Handbook: Step-by-Step Instructions. L., 1996.
8. *Performance Management A Business Process Benchmarking Approach* / ed. A. Rolstadas. L., 1995.

Е. К. Курочкина,
студентка 4-го курса (РГУ им. И. Канта, Калининград)

Анализ перспектив развития гостиничных цепей в Испании

Средства размещения — это наиболее наглядный сектор индустрии туризма и одновременно ее стержневой элемент. С 1960-х гг. одной из ярко выраженных тенденций развития мировой индустрии гостеприимства является глобализация и концентрация гостиничного бизнеса, проявляющаяся в создании крупных корпораций и гостиничных цепей (союзов, ассоциаций). По данным Всемирной туристской организации, сегодня более 50 % номерного фонда мира принадлежит международным гостиничным цепям.

Таким образом, понятие гостиничной цепи — ключевое для мировой индустрии гостеприимства.

На примере Испании — мирового лидера в пляжном туризме, третьей по популярности туристской дестинации в мире и второй по уровню доходов от туризма (свыше 920 евро в расчете на одного туриста) — можно проследить этапы развития гостиничных цепей и определить их возможные перспективы.

Сектор туризма давно стал одним из стратегически важных направлений в экономике Испании. За 2009 г. эту страну посетили 52,2 млн человек¹ (по сравнению с предыдущим годом количество туристов уменьшилось на 8,7 %). Тем не менее этот показатель лучше предварительной оценки (снижение на 10 %²). Уменьшение числа туристов на протяжении года было неравномерным: от максимального (16,3 %) в марте до минимального (3,6 %) в декабре 2009 г. За 2008 г. сальдо туристических услуг составило 48 млрд евро.

¹ По данным Национального института статистики (<http://www.ine.es>).

² По данным Института туристских исследований Испании (<http://www.iet.tourspain.es>).

Индустрия гостеприимства в Испании сформировалась достаточно поздно, в 1950-х гг. Для испанского рынка средств размещения характерно преобладание гостиниц над прочими средствами; менее 20 % номерного фонда в Испании приходится на хостелы, гостевые дома и прочие внегостиничные средства размещения. На 1 января 2008 г. в этой стране насчитывалось 1 млн 642 тыс. 417 мест в 821 тыс. 143 номерах (табл. 1). Общее количество гостиниц составляло 8 тыс. 483. Больше всего гостиниц находится на Балеарских, Канарских островах, в Каталонии и Андалусии, т. е. в наиболее популярных у туристов регионах страны.

Таблица 1

**Средства размещения гостиничного типа в Испании
(на 01.01.2008 г.)**

Вид гостиничного предприятия	Количество гостиничных предприятий	Среднее количество номеров на одно гостиничное предприятие	Количество номеров	Количество мест
Гостиницы 5*	213	165	35227	70570
Гостиницы 4*	1752	150	262221	545984
Гостиницы 3*	2833	97	274941	561701
Гостиницы 2*	2188	36	79522	153640
Гостиницы 1*	1497	25	37266	70733
<i>Всего по гостиницам</i>	8483	95	689177	1402628
Хостелы 2* и 3*	3575	18	63958	120552
Хостелы 1*	5771	11	66010	119037
<i>Итого гостиниц и хостелов</i>	17827	46	821143	1642417

Источник: Национальный институт статистики (<http://www.ine.es>).

Постоянно увеличивается количество четырехзвездочных гостиниц, но пока преобладающей категорией отелей остаются три звезды. Основная часть гостиниц уровня одной-двух звезд

— небольшие, часто семейные предприятия. Количество гостевых домов и прочих средств размещения уменьшается либо остается на прежнем уровне.

На испанском рынке средств размещения, традиционно состоящем из предприятий малого и среднего размера, различные формы укрупнения бизнеса начали использоваться только в конце 1950-х гг. — с появлением здесь иностранных гостиничных цепей. Однако развитие новых курортов и внедрение новых технологий вынудили испанских отельеров пересмотреть свою позицию, и в конце 1970-х — начале 1980-х гг. стали появляться национальные гостиничные цепи (Husa, Sol Meliá и т. д.). Сетевые гостиницы в данный момент занимают около 35 % рынка Испании. Почти половина оборота испанских отелей приходится на сетевые гостиницы, что значительно превышает среднюю производительность этого сектора. На рынке ярко проявляется тенденция к увеличению не только количества гостиничных цепей, но и количества отелей, входящих в эти цепи.

Внутри гостиничных цепей часто создаются новые торговые марки, различающиеся стандартами обслуживания и направленные на завоевание различных сегментов рынка. Например, самая крупная из испанских гостиничных цепей Sol Meliá включает в себя торговые марки *Gran Meliá*, *Meliá Hotels & Resorts*, *ME by Meliá*, *Innside*, *TRYP Hoteles*, *Sol Hoteles*, *Paradisus Resorts* и *Sol Meliá Vacation Club*.

На протяжении последних лет сезонность туризма в Испании успешно преодолевается за счет двух факторов. Во-первых, развиваются новые для Испании виды туризма с менее выраженной сезонностью: бизнес-туризм, познавательный туризм, поездки для старшего поколения, а также экологический туризм. Все автономные области Испании проявляют особый интерес именно в развитии экологического туризма, предоставляя гранты и субсидии для улучшения качества средств размещения в сельской местности. Во-вторых, появляется все больше сетевых отелей, обладающих достаточными резервами для преодоления сезонного характера спроса.

Динамичное развитие индустрии гостеприимства Испании резко замедлилось в 2008 г. По данным на июль 2009 г., за период с января по июль этого года Испанию посетили более 30 млн иностранных туристов, что на 10,6 % меньше, чем в аналогичный период 2008 г. Больше всего (на 14—12 %) уменьшилось количество туристов на Канарских островах, в Валенсии и Каталонии, однако отмечается небольшой рост туристских прибытий в Мадрид. Снизилось количество ночевков и показатели загрузки отелей, особенно в сегменте курортных гостиниц. В настоящее время более 350 гостиниц по всей Испании выставлены на продажу, и, несмотря на то, что цены сейчас упали на 15—25 % по сравнению с уровнем 2007 г., сделки практически не заключаются.

Национальные гостиничные цепи большое внимание уделяют открытию отелей за рубежом. Открытие же большинства новых сетевых гостиниц на территории Испании было запланировано несколькими годами ранее.

Испания продолжает быть привлекательным рынком для международных гостиничных цепей, несмотря на общемировой спад в индустрии гостеприимства. Тем не менее присутствие международных цепей на рынке Испании пока весьма незначительно (всего 200 гостиниц со 33 тыс. 758 номерами) и наблюдается только в сегменте бюджетных гостиниц и отелей класса люкс, так как национальные гостиничные цепи традиционно сосредотачивают свои усилия на сегменте трех- и четырехзвездочных гостиниц. Причинами немногочисленности отелей международных цепей являются, с одной стороны, нежелание вкладывать большие средства в покупку или аренду отелей, с другой — использование контрактов на управление, что весьма нехарактерно для гостиничного рынка Испании, а также особенности испанского законодательства.

Международные гостиничные группы — Accor, Ritz, Hilton, Meridien, Club Mediterranéе и т. д. (табл. 2) — представлены в Испании отелями, расположенными в крупных городах или на популярных курортах.

Таблица 2

Присутствие международных гостиничных цепей в Испании

Название	2006		2007		2008	
	Гости- ницы	Номер- ра	Гости- ницы	Номер- ра	Гости- ницы	Номер- ра
Accor (Франция)	57	6460	59	6576	61	6976
Intercontinental hotels group (Великобритания)	20	2640	21	2701	26	3324
Starwood hotels & resorts (США)	17	3436	19	3743	17	3284
Ifa hotels & resorts (Германия)	8	2837	8	2837	8	2837
Universal hotels (Швейцария)	13	1766	14	1838	15	1964
Marriott hotels & resorts (США)	5	1190	6	1666	6	1666
Allsun hotels (Германия)	6	1388	6	1388	8	1596
Hilton hotels (США)	2	719	4	1140	6	1514
Robinson club (Германия)	3	1050	4	1319	4	1319
Hoteles sunwing (Швеция)	4	1186	4	1186	4	1186
Club aldiara (Германия)	4	1035	4	1035	3	975
Louvre hotels (Франция)	6	720	6	720	7	858

Источник: <http://www.accor.com>

За 2007 г. иностранные компании вложили в развитие индустрии Испании более 40 млн евро. Международная гостиничная цепь с наибольшим присутствием на рынке Испании — это *Accor*; она контролирует 61 отель, или 30 % всего номерного фонда международных гостиничных цепей в стране. Несмотря на неблагоприятную экономическую ситуацию, компания стремится к 2012 г. довести количество своих отелей в Испании до 130 и стать лидером в сегменте бюджетных гостиниц, а также планирует открытие отелей класса люкс *Sofitel* в центрах Мадрида и Барселоны.

Интерес к испанскому рынку проявляют не только французские, британские и американские компании, но и представители стран третьего мира, в первую очередь Гонконг и ОАЭ.

По данным журнала *Hotels*, на 1 января 2008 г. пять национальных гостиничных цепей Испании вошли в тридцатку са-

мых крупных гостиничных корпораций мира. Это Sol Meliá (18-е место), NH Hotels (23-е место), Barceló (24-е место), Rui Hotels (28-е место) и Iberostar Hotels & Resorts (30-е место). По сравнению с предыдущим годом, все национальные испанские цепи, кроме NH Hotels, опустились в международном рейтинге хотя бы на несколько позиций.

Испанские гостиничные цепи до настоящего момента остаются единственными предприятиями туристского сектора страны, которые вышли на международный рынок. Международная экспансия началась во второй половине 1980-х гг. (Barceló Hotels & Resorts). За период с 1993 по 1999 г. количество испанских гостиниц за рубежом увеличилось в 3 раза. Сейчас 22 испанские гостиничные цепи контролируют более 400 отелей по всему миру — около четверти номерного фонда национальных цепей находится за пределами Испании. Экспансия испанских цепей за рубеж характеризуется высокой концентрацией капитала — 80 % этих отелей принадлежат всего 5 компаниям (Sol Meliá, Barceló Hoteles, Riu Hoteles, Iberostar, Occidental Hoteles — табл. 3). Успех в этой области может быть объяснен высокой конкурентоспособностью испанских гостиничных цепей (прежде всего в сфере пляжного туризма), основанной на владении технологиями («ноу-хау»), и более чем 40-летним опытом.

Таблица 3

**Крупнейшие испанские национальные гостиничные цепи
в 2007 и 2008 гг.**

Название	Количество отелей		Количество комнат	
	2008	2007	2008	2007
Sol Meliá	308	306	75885	80830
NH Hotels	344	337	50718	49157
Barceló	182	136	45058	36024
Rui Hotels	101	109	36486	32200
Iberostar Hotels & Resorts	101	100	36070	32000

Окончание табл. 3

Название	Количество отелей		Количество комнат	
	2008	2007	2008	2007
Husa Hotels	162	169	14066	13247
Oasis Hotels	39	28	13907	9243
Fiesta Hotels	45	41	12600	12239
H10 Hotels	43	43	12386	11894
Occidental Hotels	31	71	10686	16916

Источник: Испанская конфедерация гостиниц и внегостиничных средств размещения (<http://www.cehat.com>).

Более половины — 60 % испанских сетевых отелей за пределами Испании находятся в Европе или на Карибских островах. Второе место по распространению испанских гостиничных цепей занимает Латинская и Центральная Америка. Больше всего отелей, контролируемых испанскими гостиничными сетями, находится в Мексике (67 предприятий), второе место делят Доминиканская Республика и Куба (по 52 предприятия), третье место занимает Бразилия (19 предприятий).

Таким образом, крупнейшие национальные гостиничные цепи постепенно превращаются в международные корпорации; особенно это относится к Sol Meliá, Riu Hotels, Barceló и NH Hotels. Гостиничные цепи реализуют проекты не только в области гостиничного бизнеса, но и в сопряженных сферах, что также характерно для многих международных гостиничных цепей.

На протяжении 2009 г. испанский рынок средств размещения постепенно начал восстанавливаться, хотя ситуация по-прежнему остается серьезной. Курортные гостиницы находятся в тяжелом положении из-за сокращения спроса и морального износа, а также из-за появления новых игроков на канарском и средиземноморском направлениях. Тем не менее насыщение рынка курортных средств размещения и устаревание гостиничного фонда открывают возможности для развития новых для Испании средств размещения, сочетающих торгов-

лю недвижимостью и туристский бизнес (кондоминиумы и таймшеры).

В происходящем финансовом кризисе гостиничные цепи (как международные, так и национальные) видят прежде всего возможности для дальнейшего роста, так как он сопровождается и кризисом на рынке недвижимости, что означает переход недвижимых активов из рук в руки по очень выгодным ценам.

Также отмечается растущий интерес к вложениям в более рискованные гостиничные проекты, обещающие больший размер прибыли в связи с улучшающейся рентабельностью сектора средств размещения и диверсификацией предложения на рынке недвижимости. Контракты становятся более гибкими, и все чаще используются договоры на управление и договоры смешанной аренды. Однако эта практика может иметь негативные последствия, так как гостиничные цепи сосредотачивают все свои усилия на управлении отелями, что приводит к замещению собственных активов заемными.

Национальные испанские цепи все чаще отходят от тенденции аренды отелей, развивая альтернативные формы расширения. Еще одной важной тенденцией является большее доверие к управляющим компаниям. Инвесторы концентрируют свои усилия на приобретении активов в собственность, предоставляя управление ими профессионалам.

На испанском рынке гостиничных услуг отмечается и растущее количество совместных проектов гостиничных цепей и компаний-туроператоров. Такое сотрудничество выгодно обеим сторонам в связи с тем, что в то время как гостиничные цепи расширяются в соответствии со своими планами развития, туроператоры уменьшают неопределенность в своей деятельности и риск продвижения проектов, которые не отвечают существующему спросу на рынке. Укрепление позиций гостиничного сектора может способствовать увеличению инвестиций в национальные гостиничные цепи.

Сравнительно устойчивое положение национальных гостиничных цепей благоприятствует их экспансии на новые рынки (о-ва Карибского бассейна, Хорватия, Тунис, Турция,

страны Центральной Европы, Южной Америки и даже США), так как рынок гостиничных услуг Испании очень насыщен и предоставляет небольшие возможности для роста. К тому же при помощи выхода на другие рынки национальные цепи могут компенсировать недополученные прибыли вследствие уменьшения числа туристов в Испании.

После многих лет активного расширения такие гиганты, как Riu, Barceló и NH, заморозили свои проекты в Испании. Barceló откроет всего 2 отеля на территории Испании в 2010—2011 гг., тогда как только в 2010 г. компания откроет 5 новых отелей в Марокко, Чехии, Египте, Италии и Германии и планирует начать вхождение на рынки Ямайки и Панамы. Очевидно, Barceló намерена сохранять соотношение своих отелей в Испании и за рубежом (54 против 132). То же самое происходит с NH Hotels, которая в 2010 г. планирует открыть лишь 5 отелей в Испании (уже строящихся), в то время как за рубежом готовятся к открытию целых 55 гостиниц. High Tech, национальная гостиничная цепь средней величины, годом раньше планировавшая открыть 31 отель на территории Испании, также решила замедлить расширение. В этом году будут открыты 4 отеля, а 12 находящихся в процессе постройки решено заморозить. Riu (44 гостиничных предприятия на территории Испании) поступила еще радикальнее — ни одного вновь открываемого отеля в Испании в 2009 г. на фоне сообщений о 6 новых отелях в Тунисе, Мексике, Коста-Рике, Марокко и Болгарии. К тому же Riu в 2009 г. избавилась от 3 отелей на Канарских и Балеарских островах в связи в том, что закончился срок контракта на управление.

Это объясняет, почему крупные национальные цепи не торопятся приобретать выставленные на продажу отели. Однако есть два сегмента рынка, которые могут быть заинтересованы в их приобретении: маленькие перспективные гостиничные цепи, которые используют возможности для роста в преддверии оживления туристского рынка, и крупные цепи, заморозившие свои проекты в Испании в период с 2003 по 2007 г. и теперь возвращающиеся на рынок. Согласно мнению аналити-

ков, низкие цены на гостиницы открывают отличные возможности перед банками и гостиничными цепями со свободными средствами.

Таким образом, перспективы развития испанских национальных гостиничных цепей можно оценить как благоприятные. В целом они сумели сохранить свои конкурентные преимущества во время кризиса и обладают хорошим потенциалом для выхода на международный рынок. Возможности для входа на рынок Испании международных гостиничных цепей ограничены преимущественно двумя сегментами: гостиницами эконом-класса и отелями класса люкс.

*А. Е. Колесникова,
аспирантка (РГУ им. И. Канта, Калининград)*

Тенденции развития предприятий быстрого питания в Калининграде: на примере кофеен и ресторанов быстрого питания

Сегодня рынок общественного питания Калининграда и области характеризуется довольно стабильными темпами роста: каждый год в городе и регионе открывается несколько новых заведений общественного питания различных сегментов рынка: от сетей быстрого питания (fast-food) до тематических ресторанов, с четко выработанными концепциями и стилем. Калининградская область является пограничным регионом, где ощущается влияние сопредельных государств. Поэтому доминирует здесь европейский стиль. Ресторанный рынок региона можно отнести к весьма развитым секторам. Очевидно, что проблема посетителей и качества обслуживания в значительной степени решается благодаря тесным контактам с европейскими странами и потоку въездного туризма [6].

Количество открывшихся объектов общественного питания в Калининградской области увеличилось с 40 в 2004 г. до бо-

лее чем 200 в 2008 г., что и позволяет характеризовать уровень обеспеченности посадочными местами в этих предприятиях как превышающий нормативы — 61,3 места на 1000 жителей при нормативе 40 [8].

Следует отметить, что благодаря высокой потребительской активности Калининград можно рассматривать как перспективный регион для развития сетей быстрого питания. Это обусловлено тем, что меню подобных сетей рассчитано на потребителей с небольшими доходами. Дополнительными привлекающими факторами стали наглядность процесса, использование одноразовой посуды и приборов. Основным социальным фактором, который способствует развитию сетей fast-food, стало это растущее количество активно работающих людей.

Главным источником площадей для ресторанов быстрого питания стали фуд-корты (ресторанные дворики — места, где сосредоточен общепит в торговых центрах, кинотеатрах). Например, в 2007 г. ООО «Бразерс и Компания» совместно с компанией «Голдвекс» открыли в Калининграде первый субфранчайзинговый ресторан быстрого питания «Сбарро» в торговом центре «Маяк».

Основными арендаторами в фуд-кортах в России являются компании «Макдоналдс», «Ростикс», «Патио-пицца», сеть «Елки-палки», рестораны «Сбарро» и т. д. В Калининграде основными арендаторами стали «Сбарро», «Блин-ца-ца» и др. Недавно в город пришел новый западный бренд — «Southern Fried Chicken», который специализируется на блюдах из курицы (располагается на фуд-корте торгового центра «Калининград Плаза»). В России этот бренд появился сначала в Москве и Перми и планирует открывать ежегодно около 10—15 ресторанов. Что касается компании «Макдоналдс», то в 2006 г. ею проводилось исследование рынка общественного питания Калининграда, что свидетельствует о ближайших планах выхода на наш рынок одного из мировых лидеров данного сегмента.

Основной показатель эффективности сети быстрого питания — высокая оборачиваемость столиков. Согласно мировой

и российской практике, развитие этого сегмента тесно связано с увеличением числа торговых и торгово-развлекательных центров. Следовательно, можно предположить, что вновь возводимые в городе торгово-развлекательные объекты будут иметь фуд-корты, ресторанные дворики, формируемые операторами «демократичных» ресторанов.

Достаточно перспективный и динамичный сегмент рынка общественного питания Калининграда и области — рынок кофеен. Это довольно новое явление как для крупных городов, так и для большинства регионов. Первые кофейни появились в России достаточно давно, в том числе в таких городах, как Санкт-Петербург и Калининград. Это обусловлено прежде всего их близостью к Европе и большим потоком иностранных туристов. По российской классификации баров (ГОСТ Р 50762—95 «Общественное питание. Классификация предприятий») кофейни, организованные в Москве, Санкт-Петербурге и других городах России, являются кофе-барами.

Кофейни, в отличие от стандартных кафе, позиционируют себя иначе — как новый элемент культуры, как демократичное универсальное заведение с приятной атмосферой, удовлетворяющее те или иные потребности посетителей. Кофейни — относительно молодое явление, и в ближайшие несколько лет ожидается очень быстрый рост этого сектора ресторанного рынка [6].

В Калининграде существует пока только две кофейни московской сети «Шоколадница» (многофункциональный комплекс «Европа-центр», ТЦ «Бомба»). Всего в Калининграде и области насчитывается 7 кофеен и около 175 кафе.

Следует отметить, что кофейни активно открываются в новых торговых центрах Калининграда. Но они не становятся на один уровень с ресторанами быстрого питания, а являются отдельной самостоятельной частью торгового центра.

Учитывая, что кофейни Калининграда (и России в целом) в соответствии со своей классификацией относятся к кофе-барам, где представлен определенный ассортимент блюд и на-

питков, в таких заведениях иногда можно курить, в отличие от, например, итальянских кофе-баров, в которых запрещено курить и употреблять алкогольные напитки. Если следовать строгим европейским правилам, наши кофейни кофейнями назвать нельзя — в стандартной европейской кофейне не курят, так как табачный дым перебивает аромат кофе, а также не едят и не употребляют спиртного. В кофейнях пьют кофе, чай и подают легкие закуски к данным напиткам.

Нельзя не упомянуть, что на объем продаж и производства значительное влияние оказывают особенности калининградской погоды: наблюдается сезонное снижение объема производства и реализации продукции общественного питания до 30 % в зимний период по сравнению с летним. В хорошую погоду люди гуляют и предпочитают питаться в уличных кафе, в дождливую объем реализации может снижаться до половины. Зимой основной объем реализации приходится на закрытые точки общественного питания.

Очень важно отметить и крупнейший ресторанный холдинг Калининграда — Группа компаний Александра Ковальского, которая открыла первый ресторан в 1994 г. Это был ресторан «Валенсия» — престижное заведение с европейской кухней. В 1997 г. ГК Александра Ковальского (до 2007 г. ГК «Разгуляй») открыла в городе более демократичный трактир «Разгуляй» (русская кухня). В 2005 г. принял первых гостей ресторан «Особенности национальной охоты». Последними заведениями сети на сегодняшний день являются кафе «Фёст», концепция которых предусматривала создание модного места, своеобразного клуба встреч для стильной молодежи и деловых людей. Сейчас ресторан «Валенсия» и трактир «Разгуляй» закрыты. Причина (по мнению президента ГК А. Ковальского) в том, что «рестораны морально устарели, изменился сам город» [5, с. 3]. Но с этим можно не согласиться: скорее всего, не рестораны «устарели», а «устарел» менеджмент этих ресторанов. Поэтому рестораны (например, «Валенсия») переориентируются на более демократичный сегмент рынка общественного

питания — на кафе («Ла Плас»). В настоящее время к ГК Александра Ковальского относятся заведения: сеть кафе «Фёст», кафе «Sushi & More», бильярдный клуб «Разгуляй», туристический комплекс «Галера» и кейтеринг «Велес», который занимается организацией выездных банкетов, фуршетов, корпоративных праздников.

Анализируя ситуацию, сложившуюся на региональном рынке, можно выделить два динамично развивающихся сегмента рынка общественного питания г. Калининграда и области: сети быстрого питания, кофейни. Однозначно можно сказать, что число демократичных заведений, ориентированных на средний класс, будет расти. Во всем мире существенную долю в общественном питании занимают предприятия быстрого питания. Можно предположить, что Калининград не станет исключением и в дальнейшем здесь можно ожидать появления крупных международных операторов данного сегмента рынка.

При этом следует учитывать, что предприятия быстрого питания показали большую устойчивость в условиях финансово-экономического кризиса в связи с переориентацией потребителя на более дешевый сектор услуг.

Особенность Калининградского рынка — слабое присутствие мировых транснациональных компаний; более высокая степень обеспеченности посадочными местами по сравнению с другими регионами России и быстрый рост количества предприятий рынка общественного питания.

Список литературы

1. *Аванесова Г. А.* Сервисная деятельность: историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. М., 2006.
2. *Арендатор.* 2007. № 35.
3. *Государственный стандарт Российской Федерации: общественное питание; классификация предприятий.* ГОСТ Р 50762-95. М., 1996.

4. *Концепция* развития потребительского рынка Калининградской области на 2007—2011 годы. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

5. *Королевские ворота*. 2008. № 5.

6. *Петраков А. А.* Сравнительный анализ тенденций развития индустрии питания в Москве и регионах // Тезисы докладов на пленарном заседании III Всероссийского конгресса рестораторов и руководителей предприятий питания в Москве 25—26 октября 2002 г. М., 2002.

7. *Кофейни*. URL: http://www.rugrad.eu/menu/list/coffee_house

8. *Калининградская область в цифрах, 2008 г.*: стат. справочник. Калининград, 2009; 2008.

ВОПРОСЫ ОБРАЗОВАНИЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

*Е. П. Мутаuchi,
соискатель (РГУ им. И. Канта, Калининград)*

Активизация самообразовательной компетентности в процессе формирования профессиональной позиции будущего специалиста в индустрии гостеприимства

В условиях социально-экономических изменений общества, активного развития и внедрения новых технологий требуются специалисты, обладающие инициативностью, самостоятельностью, мобильностью, готовностью к постоянному профессиональному развитию и самосовершенствованию, способные включаться в инновационные процессы.

В настоящее время система образования должна учитывать возможности и потребности человека и обеспечивать условия для максимально полного раскрытия творческого потенциала личности и ее полноценной самореализации. Традиционная система подготовки специалистов формирует фундаментальные знания и зачастую неадекватные потребностям практики способности, репродуктивное мышление будущих специалистов. При этом у выпускника вуза в большей степени развивается теоретический уровень подготовки по сравнению с практическим, функциональными уровнями его профессиональной компетентности.

С учетом вышесказанного приоритетными задачами становятся: организация самостоятельной познавательной деятельности студентов, обучение их самостоятельно получать знания

и применять их на практике. Соответственно возникает необходимость отбора таких технологий и методов обучения, которые бы позволяли не только и не столько усваивать готовые знания, сколько приобретать знания самостоятельно из разных источников, формировать собственную позицию, использовать ранее полученные знания в качестве базы для получения новых.

В связи с этим самостоятельная работа студентов в условиях формирования профессиональной позиции будущего специалиста в индустрии гостеприимства должна стать основой образовательного процесса. Усиление роли самостоятельной работы на переходных этапах к двухступенчатому образованию предполагает направленность учебно-воспитательного процесса на развитие творческих способностей будущих специалистов, ориентацию на активные методы овладения необходимыми компетенциями, переход к индивидуализированному обучению с учетом потребностей и возможностей личности, использованию личностно-ориентированных технологий: блочно-модульного обучения, проектного метода.

Технология модульного обучения основывается на специфическом представлении содержания обучения в виде модулей и учебных элементов. Обучающиеся самостоятельно осваивают модульную программу и осуществляют самоконтроль за ходом усвоения учебного материала. В конце каждого модуля проводится тестирование, которое позволяет преподавателю судить о том, как идет усвоение содержания учебной программы.

Проектный метод — это система обучения, в которой знания и умения студенты приобретают в процессе планирования и выполнения практических заданий проблемного характера. В основе проектирования лежит развитие познавательных навыков будущих специалистов, умений самостоятельно конструировать свои знания, ориентироваться в информационном пространстве, развитие критического мышления. Метод проектов предполагает решение проблемы, предусматривающее, с одной стороны, использование разнообразных методов, средств обучения, а с другой — интегрирование знаний, уме-

ний из различных областей науки, технологии, творческих областей.

Проектная технология, основанная на идее взаимодействия и сотрудничества студентов в ходе учебного процесса, создает условия для развития у них необходимых качеств как автономной, так и социально активной личности, способной взаимодействовать в учебной группе и принимать на себя ответственность за результаты личной и коллективной познавательной деятельности. Это создает условия для социализации личности, развивает ее деловую активность, способствует развитию инновационной культуры. Те социальные роли, которые принимают и выполняют студенты в ходе работы над проектами, приучают и готовят их к выполнению и решению сложных, проблемных профессиональных задач в ситуациях реального взаимодействия.

Групповая работа в разных ее формах нацелена на формирование у обучающихся умений работать в команде. Деятельность в условиях кооперации в обучении обеспечивает более высокий уровень его результативности, повышение самооценки и коммуникативной компетентности.

Организация самостоятельной работы студентов направлена на решение следующих задач:

- обеспечение активной познавательной деятельности студентов;
- обобщение и повторение пройденного материала по курсу;
- пополнение и расширение полученных знаний, применение их на практике;
- развитие исследовательских навыков обучающихся.

Активная самостоятельная работа студентов возможна только при наличии серьезной и устойчивой мотивации. Активизации самостоятельной работы способствуют следующие факторы:

- индивидуализация и творческий характер заданий;
- использование в учебном процессе активных методов обучения;
- полезность выполняемой работы;

- участие в студенческих конференциях, конкурсах;
- использование мотивирующих факторов контроля знаний (рейтинги, тесты, нестандартные экзаменационные процедуры).

Опыт использования инновационных технологий обучения в процессе подготовки специалистов позволяет утверждать, что у студентов в ходе учебного процесса повышаются уровни самостоятельности и оперирования учебным материалом, появляется готовность к решению исследовательских задач, изменяется мотивация учения и активизируется познавательная деятельность, а также развивается способность к сотрудничеству, кооперации и принятию новых технологий.

И. В. Кугаро,

старший преподаватель

(Санкт-Петербургский университет сервиса и экономики)

Т. Б. Очирова,

канд. экон. наук, доцент

(Санкт-Петербургский университет сервиса и экономики)

Информационные технологии в преподавании экономических дисциплин для индустрии туризма

В современном обществе происходит активное и стремительное развитие информационных технологий, затрагивающих все области и сферы экономической жизни предприятия и самого индивида. Так, эффективное использование информационных технологий (ИТ-технологий) позволяет современному человеку успешно жить в информационном мире. Использование современных информационных технологий в образовательном процессе дает возможность лучше подготовить специалистов в индустрии туризма (элементы: обучение, рост и развитие творческих и профессиональных навыков).

Настоящая система образования требует более качественной подготовки выпускников высших учебных заведений. Это

определяется неизбежным влиянием научно-технического прогресса, который влечет за собой изменения в организации учебного процесса. В связи с этим возникает вопрос о подготовке кадров новой формации в сфере экономики и туризма.

Система образования XXI в. ставит обязательным условием качественного и результативного обучения ориентацию на будущую профессиональную деятельность в индустрии туризма.

В информационном пространстве существуют три группы компьютерных программ, применяемых в индустрии туризма и гостеприимства¹.

I группа. Локальные компьютерные программы для автоматизации туристических фирм:

- Самотур;
- Мастер-Тур;
- Мастер-Агент;
- АэроПринт Плюс;
- 1С-Рарус: Турагентство редакция 1.0 (работает на базе системы «1С: Предприятие 7.7 Компонента Бухгалтерский учет»);
- Bronni.ru (система он-лайн бронирования туров).
- программный комплекс «САМО-ТурАгент».

II группа. Глобальные системы бронирования:

- Amadeus;
- Galileo International;
- Worldspan;
- Sabre.

III группа. Дополнительные программы для туристических фирм:

- Skype — компьютерный клиент для IP-телефонии;
- почтовая программа The Bat;
- автопрозвонка V 4.01;

¹ См. компьютерные программы для автоматизации туристических фирм <http://tours.ru/Soft/>

- WinFax PRO 10.0 (пакет для работы с факсимильными сообщениями);
- Tiny Personal Firewall 2.0.14;
- Venta4Net;
- VentaFax (бизнес-версия).

Практическое применение специализированных программ позволит подготовить высокопрофессиональные кадры, хорошо ориентированных в индустрии туризма и гостеприимства специалистов. Помогут в этом дополнительные программы, созданные для проведения оценки деятельности предприятия. Одной из таких программ является Project Expert; она предназначена для анализа финансового состояния действующего предприятия или создания нового, независимо от отрасли. С помощью данной программы перед будущими специалистами ставятся учебно-производственные задачи, с которыми им придется встретиться в ходе своей работы при составлении бизнес-планов, баланса, графиков и диаграмм показателей деятельности туристского предприятия.

Следует отметить еще одну программу, предназначенную для создания всевозможных презентаций, — Power Point. Она широко используется при подготовке динамических презентаций любых бизнес-проектов в индустрии туризма и гостеприимства.

Таким образом, индустрия туризма и гостеприимства представляет собой взаимосвязанную и взаимообусловленную систему связанных элементов, эффективность, которой поддерживается современными информационными технологиями.

Список литературы

1. Бочарников В. Н., Лаврушина Е. Г., Блиновская Я. Ю. Информационные технологии в туризме. М., 2008.
2. Смирнова Г. Н., Сорокин А. А., Тельнов Ю. Ф. Проектирование экономических информационных систем / под ред. Ю. Ф. Тельнова. М., 2001.
3. Журнал для специалистов гостиничного, санаторно-курортного и туристского бизнеса. URL: www.goste.ru

*Е. В. Потап,
студентка 4-го курса (РГУ им. И. Канта, Калининград)*

Особенности совместной российско-германской образовательной деятельности

Сегодня Германия и Россия укрепляют партнерство, подписывают соглашения, проводят дискуссии. Крепнущие связи демонстрируют и итоги 9-го Петербургского диалога в Мюнхене. Петербургский диалог стартовал в 2001 г. как дискуссионный форум по германо-российским связям. Через 8 лет девятая двусторонняя встреча продемонстрировала, какую важную роль играет конференция германо-российского гражданского общества в отношениях обеих стран. Важным элементом в принятии решений являются происходящие в связи с диалогом правительственные встречи. Так, 14—16 июля 2009 г. в Мюнхене на очередной Петербургский диалог приехали высокопоставленные представители обеих стран. Встреча проходила под лозунгом «Пути из кризиса в перспективе гражданских обществ Германии и России». Участники заседали в 8 рабочих группах: политика, экономика, гражданское общество, образование, наука и профилактика здоровья, культура, СМИ, мастерская будущего и церкви в Европе. Петербургский диалог стал доказательством того, насколько важен поиск взаимного доверия между государствами.

Представители гражданских обществ обсуждали в рабочих группах самые разные темы — от влияния экономического кризиса на стабилизацию международных связей до предложения о создании германо-российского учебника по истории и возможностях германо-российского партнерства городов. В коммюнике также прозвучало требование об устранении визового режима между Германией и Россией. Одним из важнейших результатов Петербургского диалога стало учреждение германо-российского энергетического агентства. Это предложение по модернизации партнерства двух стран прозвучало в рабочей группе по экономике. Агентство призвано повышать

энергоэффективность в Германии и России. А министры науки обеих стран подписали правительственное соглашение по научно-техническому сотрудничеству в сфере информационных и коммуникационных технологий, а также биотехнологии. Уже с 2009 г. работают четыре новых совместных лазерных центра в России. А «выходу из кризиса» будет способствовать соглашение о страховании товаров и кредитов в германо-российской торговле объемом 500 млн евро.

Центры инициативы по внешней политике в сфере науки должны стать маяками науки и вывести международный обмен германских вузов на новый уровень. В мае 2009 г. комиссия DAAD отобрала для этих целей четыре региональных центра: российский Санкт-Петербург, Бангкок в Таиланде, Сантьяго в Чили и Медельин и Кали в Колумбии.

Свободный университет (FU) Берлина выбрал для реализации своей концепции международного элитного центра (Exzellenz-zentrum) российского партнера — Санкт-Петербургский гуманитарный университет (СПбГУ). Они уже давно успешно работают с нашими 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. Вузы совместно используют каналы синхронного излучения, что необходимо для исследования структуры материалов в физике поверхностей и материаловедении. 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 осуществлять постоянный обмен учеными и студентами России и Германии. В дальнейшем планируются посещения германских профессоров и исследователей и обучение германских студентов в России. Для этого необходимо устанавливать междисциплинарные связи, в частности

речь идет о физике, геофизике, физической химии и математике. В петербургском центре, в Берлине и других городах планируется также создать кроссдисциплинарные воркшопы и тем самым поддерживать самый высокий уровень научных знаний. В новом элитном центре будут специальные отделения по координации исследований и преподавания. Кроме того, планируется, что преподаватели из обеих стран будут читать компактные курсы в партнерском университете. Общая долгосрочная цель — создание двойных германо-российских учебных программ.

Занятия и исследования уже проводятся в СПбГУ.

С российской и германской стороны работу FU и СПбГУ поддерживают 15 институтов России, в числе которых институты РАН, МГУ и ряд других именитых российских вузов. С германской стороны примерно такое же число партнеров. Прежде всего, это университеты в Берлине, Дрездене, Гейдельберге, Грейфсвальде, Лейпциге, Оснабрюке, Эрлангене и Гессене, а также институты Макса Планка, Центр им. Гельмгольца в Берлине, Научно-исследовательский центр в Карлсруэ и Центр им. Гельмгольца по изучению тяжелых ионов в Дармштадте. Интерес к сотрудничеству в обеих странах очень велик.

Свободный университет Берлина и Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова в осеннее-зимнем семестре 2009/10 уч. г. готовили журналистов по магистерской программе «Communication and Journalism». Двухязычная программа включает журналистскую практику, знакомство с принципами работы СМИ и медиа-исследованиями в России и Германии. Выпускники магистратуры смогут устраиваться на работу в редакции газет и журналов, медиа-холдинги и неправительственные организации.

Программа рассчитана на выпуск 20 магистров в год. По европейскому стандарту, в соответствии с Болонским процессом их знакомят с теорией и практикой работы СМИ. Обучение длится четыре семестра, рабочие языки — немецкий и русский. Первые два семестра проходят в Институте журналистики МГУ, третий — в Международном колледже в Берлине.

не. В четвертом семестре студенты пишут магистерскую работу в Москве. Акцент делается на практике в редакциях российских и германских газет и журналов, в новостных агентствах и пресс-центрах. Также вузы помогают студентам в поиске мест для прохождения практики в городах, где они живут. Свободный университет отправляет своих преподавателей в Москву читать лекции и проводить семинары. А преподаватели МГУ проводят занятия в Берлине. Проект финансирует Федеральное министерство образования и науки, Германская служба академических обменов и Фонд им. Роберта Боша.

Третьего июля 2009 г. первые выпускники германо-русской магистерской программы «Русская культура» получили российский диплом и свидетельство об окончании Рурского университета в Бохуме (RUB). Договор о сотрудничестве в рамках бохумской магистерской программы был подписан в мае 2008 г. ректором RUB, профессором Эльмаром Вайлером, и ректором Российского государственного гуманитарного университета профессором Ефимом Пивоваром. Договором о сотрудничестве предполагается, что поступившие на германо-русскую магистерскую программу помимо диплома своего родного вуза получают еще и диплом партнерского университета. Соответственно в 2010 г. первые германские выпускники международной программы «Русская культура» получают наряду со свидетельством об окончании RUB еще и диплом РГГУ. На торжественном мероприятии в Москве оба вуза выразили желание развивать партнерство в будущем. Планируется совместная аспирантура, сотрудничество в сфере новых педагогических технологий и экспорт новых программ RUB в Москву.

Список литературы

1. *Интеграция* высшего образования германии в национальную инновационную систему. 2007. 12 янв. URL: <http://www.bmbf.de/pub/6mrd-programm.pdf> (дата обращения: 22.10.2009).
2. *Концепция* модернизации российского образования на период до 2010 года. 2009. 15 сент. URL: <http://sinncom.ru/content/reforma/index1.htm> (дата обращения: 22.11.2009).

3. *Миры* знаний объединяют. Сети для научных исследований. 2008. 8 нояб. URL: <http://www.magazin-deutschland.de> (дата обращения: 20.11.2009).

4. *Образование* в Германии. 2007. 5 февр. URL: <http://de.itec-group.ru> (дата обращения: 20.11.2009).

5. *Образование* за рубежом. 2008. 18 июля. URL: <http://www.ucheba.ru/abroad-article/7394> (дата обращения: 17.11.2009).

6. *Образовательная* политика в современной России: проблемы и перспективы. 2009. 3 авг. URL: http://anthropology.ru/.../texts/dudnik/educs_05.html (дата обращения: 23.11.2009).

7. *Официальный* берлинский портал на русском языке. 2009. 8 июля. URL: <http://www.berlin-ru.net> (дата обращения: 20.11.2009).

Е. А. Корнюшина, С. А. Корнюшина
студентки 3-го курса (РГУ и. И. Канта, Калининград)

Индивидуальный тур: увидеть больше

Туризм — динамично развивающаяся отрасль. Ежегодно совершается около 900 млн туристических поездок (согласно данным Всемирной туристской организации). Туристов привлекают как необычные, экзотические места, так и всемирно известные города и курорты. Одним из таких центров притяжения туристов является город Орландо, штат Флорида, США.

«Диснейлэнд», «Кеннеди Спэйс Центр», океанариум «Морской мир», пляжи Майами, жара, теплый океан — вот, наверное, и все, что большинство людей могут сказать о штате Флорида, располагающемся на юго-востоке Соединенных Штатов Америки. Посмотреть на многочисленные достопримечательности каждый год приезжают примерно 84 млн туристов. Однако из-за отсутствия разнообразия в предлагаемых турах этим и ограничивается знакомство с одним из крупнейших культурных и развлекательных центров Америки.

Увидеть самому то, чем знаменита Флорида, и в частности город Орландо, действительно интересно, поэтому ограничиваться предлагаемой туроператорами программой не стоит.

Можно разработать и индивидуальный тур. Помощь с получением визы может оказать любое турагентство, а вот дальше можно выбирать свой маршрут самостоятельно. Билеты на самолет можно заказать через Интернет. Это предоставляет такие преимущества, как самостоятельный выбор аэропорта (вылет из Берлина, Санкт-Петербурга или, например, Варшавы) и довольно низкие цены — можно найти билеты и по 600 дол. туда и обратно, если брать их заранее.

Одна из самых важных особенностей для туристов состоит в том, что в Орландо нет общественного транспорта. Однако можно без проблем взять автомобиль напрокат, необходимы только международные водительские права.

Летом в Орландо огромное количество туристов, и будет удобнее выбрать отель на побережье, чтобы отдохнуть в тишине; удачным выбором будет курортный городок Клируоте, расположенный на побережье Мексиканского залива. Пляжи здесь чистые, а цены на жилье гораздо привлекательнее. Кроме того, в Клируоте можно взять яхту напрокат и совершить морскую прогулку по юго-восточному побережью Америки.

А за развлечениями стоит вернуться в Орландо. Одно из самых интересных мест — центр города, даунтаун. Здесь расположены самые высокие здания (национальный банк, газовая компания, частные адвокатские конторы), огромный парк рядом с озером, где можно покататься на лодках в форме лебедей; здесь находится также единственное в городе уникальное по интерьеру кафе «Старбакс» и самая известная улица Орландо — Черч-стрит (улица Церквей). На этой улице расположено огромное количество баров и ночных клубов (вход — около 10 дол.), которые соседствуют друг с другом, и можно, не выходя на улицу, посетить сразу несколько заведений. А по специальной клубной карте можно попасть в клуб без очереди (в качестве гостя из списка приглашенных).

«Орландо мэджик» — единственная команда, представляющая штат в первенстве Национальной баскетбольной ассоциации — NBA. Полубоваться на любимца публики Дуайта Ховарда можно прямо на стадионе во время игры (билеты на

регулярные матчи можно приобрести от 70 дол.), а также во время открытых тренировок, которые проходят в течение сезона и на которые с удовольствием приходят местные болельщики. А если не удастся попасть на игру или тренировку, вполне можно узнать игроков «Орlando меджик», стоя, например, в пробке: машины игроков имеют отличные от обычных в штате номера, на которых к тому же красуется название команды.

Кроме того, велика вероятность встретить кого-нибудь из знаменитостей в «Миллениа молле» — самом престижном торговом центре Орlando, где наряду с демократичными магазинами вроде *Forever 21*, *Urban Outfitters*, *Gap*, *Victoria's secret*, есть и бутики, где можно найти последние коллекции *Dior*, *Chanel*, *Gucci*; а также примерить наряды от ведущих дизайнеров со скидкой в *Macy's* и *Neiman Marcus*. Кстати, о скидках: обычно они приурочены к праздникам — Дню отца, Дню матери, Дню независимости, Рождеству и т. д.

После похода по магазинам вечером стоит отправиться в *City Walk*, вход туда бесплатный. Здесь можно посидеть в многочисленных кафе и ресторанчиках, посмотреть фильм, пройтись по сувенирным магазинам, услышать живую музыку. Например, в июне-июле бесплатные концерты дают звезды первой величины — в прошлом году это были Наташа Бедингфилд, ЛЛ Кул Джей и Джордин Спаркс. Также в *City Walk* находится всемирноизвестное *Hard Rock Café*, куда регулярно приезжают с концертами рок-группы. И, конечно, нельзя не посмотреть представления цирка «Дю солей», билеты на которые можно приобрести в кассе *City Walk*.

И это только часть из огромного количества интересных мест в городе, достойных внимания, так что, если вы решите посетить Орlando, разочароваться в этом выборе просто невозможно.

ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

*Е. А. Борисова,
студентка 2-го курса (РГУ им. И. Канта, Калининград)*

Групповая сплоченность как фактор развития корпоративной культуры

В любой организации существует своя корпоративная культура. Носители культуры — это сотрудники компании всех уровней, генеральный директор и владельцы компании. А для сотрудников корпоративная культура — это то, что связывает их воедино; это правила поведения, которым они должны следовать. Однако культура должна существовать не только внутри, но и вокруг компании, чтобы новые сотрудники чувствовали это еще до прихода сюда и их поведение трансформировалось в нужном направлении.

Существует множество определений корпоративной культуры.

Корпоративная культура (организационная культура) — совокупность моделей поведения, которые приобретены организацией в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, показавшие свою эффективность и разделяемые большинством членов организации [1]. Корпоративная культура — это набор наиболее важных положений, принимаемых членами организации и выражающихся в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий [2].

В типологии Д. Зонненфельда различаются четыре типа культур: «бейсбольная команда», «клубная культура», «акаде-

мическая культура», «оборонная культура» («крепость») [3]. Каждая из вышеперечисленных культур имеет разный потенциал для поддержки состояния и успеха компании и по-разному сказывается на карьере работников.

В «бейсбольной команде» ключевые успешные сотрудники считают себя «свободными игроками», за них между работодателями ведется активная конкуренция на рынке рабочей силы. Работников с невысокими личностными и профессиональными показателями быстро увольняют по инициативе работодателей.

«Клубная культура» характеризуется лояльностью, преданностью и сработанностью сотрудников, командной работой. Карьерный рост происходит медленно и постепенно. От сотрудника ожидают, что на каждом новом уровне он должен постигнуть все тонкости данного вида деятельности и овладеть мастерством, поэтому работники имеют широкий профессиональный кругозор.

В компании с «академической культурой» набирают новых молодых сотрудников, которые проявляют интерес к долгосрочному сотрудничеству и согласны медленно продвигаться по служебной лестнице. В отличие от «клубной культуры», работники здесь редко переходят из одного отдела в другой или из одного направления в другое. Основанием для поощрения и продвижения являются хорошая работа и профессиональное мастерство.

В «оборонной культуре» нет гарантии постоянной работы, нет возможности для профессионального роста, так как компаниям часто приходится подвергаться реструктуризации и сокращать свой персонал, чтобы адаптироваться к новым внешним условиям. Такая культура неблагоприятна для сотрудников.

Основными компонентами корпоративной культуры являются:

- принятая система лидерства;
- стили разрешения конфликтов;
- действующая система коммуникации;
- положение индивида в организации;

- принятая символика: лозунги, организационные табу, ритуалы.

Каждая организация (компания) имеет свой неповторимый облик, поэтому в структуре корпоративной культуры могут отсутствовать некоторые из вышеперечисленных компонентов. А возможно, наоборот, их будет намного больше.

Корпоративную культуру формирует поведение сотрудников, то есть культуру определяют те факторы, которые способны повлиять на поведение. Одним из таких факторов является групповая сплоченность.

Определение групповой сплоченности входит в состав социометрической процедуры, разработанной в США австрийским эмигрантом психиатром Дж. Морено. Социометрия также включает в себя социометрический опрос и социограмму.

Мы провели социометрическую процедуру среди студентов 2-го курса факультета сервиса, специальностей «Социально-культурный сервис и туризм», «Организация перевозок и управление на транспорте» и «Сервис». Было опрошено 136 студентов; из них около 30 % юноши, 70 % девушки. Возраст студентов — от 17 до 20 лет. В каждой группе по отдельности был проведен опрос по пяти критериям, которые затрагивают отношения студентов в процессе обучения и в процессе отдыха.

По результатам опроса была построена социограмма для каждой группы. Социограмма позволяет произвести сравнительный анализ структуры взаимоотношений в группе — в пространстве на некоторой плоскости, с помощью специальных знаков. После построения и анализа социограмм мы определили значение показателя эмоциональной сплоченности группы по следующей формуле:

$$C = N_B / [N(N - 1)],$$

где C — эмоциональная сплоченность группы;

N_B — количество взаимных выборов в группе;

N — количество студентов в группе;

$N(N - 1)$ — общее возможное число взаимных выборов в группе.

В ходе работы была выдвинута гипотеза: «Чем меньше человек в группе, тем она сплоченнее». Она подтвердилась результатами исследования: самой сплоченной оказалась 2-я группа специальности «Социально-культурный сервис и туризм» — с наименьшим количеством студентов. Члены группы легко находят общий язык, что способствует бесконфликтному решению проблем и согласию по определенным вопросам.

В более сплоченном коллективе формируется более сильная культура. Это способствует повышению эффективности работы, уровня профессиональной деятельности. Сильная культура фактически устанавливает организационную парадигму, которая предписывает, как смотреть на вещи, какие методы решения проблем использовать и какие проблемы считать важными. Она имеет более глубокие корни в сознании людей, разделяется большим числом работников, и в ней более четко определены приоритеты. Соответственно такая культура имеет более глубокое влияние на поведение работников в организации.

С другой стороны, сильная корпоративная культура становится серьезным препятствием на пути проведения изменений в организации. Хорошо развитая парадигма, или сильная культура, могут быть изменены с огромным трудом, даже если они опровергаются новыми данными и открытиями. Поэтому считается, что лучше иметь умеренно сильную культуру в организации.

Корпоративная культура может проявляться через систему наград и привилегий. Последние обычно привязаны к определенным образцам поведения и расставляют для работников приоритеты, указывают на ценности, имеющие большее значение для отдельных сотрудников и организации в целом [4].

Список литературы

1. *Корпоративная культура*. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения: 10.04.2010).
2. *Спивак В. А.* Корпоративная культура: теория и практика. М., 2001.

3. Вард Э., Зонненфельд Д. Возвращение в бизнес. М., 2008.

4. Типологии корпоративных культур: сильные и слабые корпоративные культуры. URL: <http://www.corpculture.ru/content/cilnye-i-slabye-korporativnye-kultury> (дата обращения: 10.04.2010).

Ю. Крумин,

студентка 2-го курса (РГУ им. И. Канта, Калининград)

Аэродром девау: прошлое и настоящее

История Калининградской области насыщена важными историко-культурными событиями, память о которых остается на многие годы.

Сохранившиеся до сегодняшнего дня культурные ценности напоминают о событиях прошлых лет.

Калининград — один из 17 городов Калининградской области, который особенно сильно ощутил на себе утрату архитектурно-исторических памятников, что было связано прежде всего с событиями Второй мировой войны.

Хочется обратить внимание на один из памятных объектов Кёнигсберга — аэропорт Девау. Он стал не только первым аэропортом Кёнигсберга, но также одним из первых аэропортов мира — он был открыт в 1919 г.

Начать нужно с предыстории аэродрома. Имение Девау было расположено в пригороде Кёнигсберга, ранее принадлежало к королевским владениям и имело многовековую историю. Это подтверждают источники, которые были найдены в 1883 г., из них мы узнаем, что Девау уже за 160 лет до этой даты использовался как военный плац и носил название «Великий парадный плац», имел непосредственное отношение к созданию регулярной прусской армии. Большую роль Девау играл для прусских королей, например Фридрих Вильгельм I¹

¹ Фридрих Вильгельм — курфюрст Бранденбурга из династии Гогенцоллернов.

в 1721 г. осматривал здесь свои прусские полки (он же в 1716 г. подарил Петру I Янтарный кабинет²).

Огромное значение Девау приобрел при Фридрихе Великом. Прибыв в Кёнигсберг в 1740 г. для принятия присяги, в первую очередь он осмотрел все войска на «Великом парадном плацу». После этого события Девау становится постоянным местом для строевых занятий и парадов войск кёнигсбергского гарнизона. В 1808 г. в Девау осматривал свои войска Наполеон. А в 1910 г. здесь прошел кайзеровский парад, который, по данным исторических источников, был последним военным мероприятием на Девау.

С Кёнигсбергом связано и российско-германское общество воздушных сообщений «Дерулюфт», которое играло важную роль в отношениях двух стран.

Тема Девау актуальна, так как аэродром является культурно-исторической ценностью не только Калининградской области, но и всей России.

Сегодня на месте аэродрома Девау располагается местный аэроклуб РОСТО, база для прыжков с парашютом.

Приезжающие в Калининград туристы отдают предпочтение знакомству с архитектурными, историческими и музейными памятниками прошлого. Одно из таких мест — аэродром Девау. Многие хотят узнать историю легендарного аэродрома, услышать о людях, которые создавали его, работали здесь.

Если бы не Вторая мировая война, в результате которой многие исторические памятники нашего края были разрушены, то и сейчас Девау мог бы использоваться как гражданский аэропорт.

Сегодня аэродром Девау занимает почетное место в перечне исторических памятников Калининградской области и имеет статус рекреационного объекта.

² Янтарный кабинет был создан немецкими и датскими мастерами для прусского короля Фридриха I.

А. О. Анненкова,
студентка 2-го курса (РГУ им. И. Канта, Калининград)

Гербы городов Калининградской области

Изобретение и использование всякого рода знаков и символов свойственно человеку с древнейших времен. Обычай избрания для себя, своего рода или племени отличительного знака имеет глубокие корни и распространен повсеместно в мире.

Что такое герб?

«Гербами называются особые фигуры или символические изображения, представленные на основе известных, точно определенных правил и служащие постоянными отличительными знаками отдельному лицу, роду, сообществу или учреждению, а также городу, области или целому государству... Такие изображения, даже в том случае, когда они служат отличительными знаками, еще не соответствуют тому, что мы разумеем под словом герб; таковым отличительный признак становится лишь в том случае, если он утвержден за известным лицом, фамилией, сообществом и так далее высшею государственной властью как постоянный и неизменный, то есть когда пользование таковым является известным исключительным правом,» — такое определение герба дал известный русский историк, специалист по геральдике Ю. В. Арсеньев.

Первые рыцарские гербы стали появляться с конца XI — начала XII вв. Упоминание о первом городском гербе датировано 1110 г. в хронике города Бремена, когда несколько граждан города отличились в крестовом походе на восток и император Священной Римской империи даровал городу герб, который Бремени и по сей день носит с гордостью (герб города — серебряный ключ на красном поле).

Преобразование населенного пункта в город сопровождалось правом иметь свой герб.

На Руси еще в домонгольский период существовали эмблемы, которые впоследствии вошли в городские гербы. Так, изображение льва как символа Владимирско-Суздальских и

Галицких князей впоследствии изображались в городских гербах Владимира и Львова.

Широкое распространение гербов в России относится ко времени царствования Петра I. В 1722 году впервые в России возникла геральдмейстерская контора. Этим актом подтверждалась официальность герба в государстве.

В основе городских гербов Калининградской области лежат изображения, связанные с особенностями конкретного города, исторические даты, персонажи или культурные особенности.

Целью нашей работы было изучить историю происхождения, преобразования гербов городов Калининградской области, а также сопоставить их с нынешними российскими гербами.

Мы не ограничивали знания только правилами составления герба, но и изучали историю того или иного города. Интерес жителей Калининградской области к истории своего региона и конкретно к гербам родных городов, бесспорно, существует. Систематизированной монографии по этой теме нет, что позволяет предположить, что данная тема актуальна.

Использовались следующие методы исследования.

1. Изучение материалов экспозиций краеведческих музеев
2. Анализ специализированной литературы о науке геральдике, правилах составления герба.
3. Изучение газетных и журнальных публикаций.

Были исследованы истории создания гербов трех городов — Калининграда, Черняховска и Правдинска. Как и история региона, гербы менялись с течением времени. Современные городские гербы, составленные согласно геральдическим правилам, символизируют своеобразие и уникальность той или иной территории, отражают историю региона, полную и величия, и драматизма.

Проводились исследования изображения герба, его места в контексте исторического процесса, легенда его происхождения. В ходе изучения выяснилось, что гербы в точности отображали тот или иной период, связывая прошлое с настоящим.

Даты, так часто изображаемые на гербах, символизировали год основания города, а короны и щиты — правителей и королей.

Современные гербы городов Калининграда, Черняховска и Правдинска, несомненно, отличаются от своих предшественников. Теперь они чаще всего связывают прошлое с настоящим, соединяя, например, немецкий щит и корабль российского флота (герб Калининграда).

Каждый герб по-своему уникален и является не только символом, но и историческим источником, который живет, изменяется и развивается с течением времени. Знание герба своего родного города не только расширяет кругозор человека, но и сближает его с интересной и неповторимой историей нашего края.

О. А. Шевченко,

студентка 4-го курса (РГУ им. И. Канта, Калининград)

К анализу состояния эмоциональной сферы студенческой молодежи

— Куда ты идешь? — спросил странник,
повстречавшись с Чумой.

— Иду в Багдад. Мне нужно уморить там пять тысяч человек.

Через несколько дней тот же человек снова встретил Чуму.

— Ты сказала, что уморишь пять тысяч человек,
а умерло пятьдесят тысяч! — упрекнул он ее.

— Нет, — возразила она, — я погубила только пять тысяч.

Остальные умерли от страха.

Мы живем в мире, где все взаимосвязано. Человек перестал подчиняться законам природы, хотя она в последнее время своей огромной разрушительной силой постоянно напоминает о себе. Здесь и возникает то чувство, которое всегда сопровождало человечество, то, чем манипулирует религия, церковь, власть, социум, — это чувство страха.

Нелегко найти человека, который бы никогда ничего не боялся. Беспокойство, тревога, страх — такие же неотъемлемые проявления нашей психической жизни, как и радость, восхищение, гнев, удивление, печаль. Но при чрезмерной податливости страхам, зависимости от них меняется поведение человека. Страх — это эмоция, которая может возникнуть в любом возрастном периоде.

Причинами страха могут быть события, условия или ситуации, являющиеся источником опасности. Иногда страх не связан ни с чем конкретным, такие страхи переживаются как беспредметные. Страх может вызываться страданием, это связано с тем, что в детстве сформировались связи между этими чувствами [1].

В современных цивилизациях существует все более возрастающее число объектов, событий, условий, ситуации, которые пугают или потенциально могут быть пугающими. Вероятно, именно этим можно объяснить тот факт, что страх является предметом научного исследования чаще, чем какая-либо другая эмоция [2].

Известный физиолог И. П. Павлов считал страх проявлением естественного рефлекса, пассивно-оборонительной реакцией с легким торможением коры больших полушарий. Страх основан на инстинкте самосохранения, имеет защитный характер и сопровождается определенными изменениями высшей нервной деятельности, отражается на частоте пульса и дыхания, показателях артериального давления, выделении желудочного сока. В самом общем виде эмоция страха возникает в ответ на действие угрожающего стимула [3].

Существует две угрозы, имеющие универсальный и одновременно фатальный в своем исходе характер. Это смерть и крах жизненных ценностей, противостоящие таким понятиям, как жизнь, здоровье, самоутверждение, личное и социальное благополучие. Но и помимо крайних выражений страх всегда подразумевает переживание какой-либо реальной и воображаемой опасности [3].

Фрейд определял страх как «свойственную всем организмам реакцию». «Страх возникает, — отмечал Фрейд, — как реакция на положение, составляющее опасность, он (страх) регулярно воспроизводится, когда снова создается такое состояние» [4].

Фрейд находит, что страх соответствует вытесненному желанию. Но он далеко не эквивалентен этому желанию; желание может целиком вылиться в удовлетворение. Страх остается даже тогда, когда желание могло бы быть удовлетворенным. Страх уже нельзя обратно превратить в либидо (термин либидо впервые появился в работах Фрейда в 80-х годах прошлого века; им обозначалось сексуальное желание или влечение).

Фрейд также считает, что первым переживанием страха может быть состояние рождения. По замечанию этого психолога, некоторые виды страха сопровождают индивида в течение всей жизни. Например, страх перед сверх-Я. По убеждению Фрейда, невротик отличается от нормального человека тем, что чрезмерно преувеличивает реакции на опасности.

Следует заметить, что такие поведенческие мотивы у индивида, как вежливость (порой излишняя), доброжелательность, нежелание участвовать в каких-либо спорах (т. е. изначальная соглашательская позиция), на самом деле вызваны невротическими тревогами, своего рода подавлением агрессивности (агрессивность в данном случае возможна вследствие бессознательного вытеснения ненависти), т. е. индивид использует такую форму поведения, в результате которой не должны зародиться ни страх, ни чувство вины (вызывающее тревожность). А значит, человек будет всячески демонстрировать дружелюбие, вытеснение собственной агрессивности, что может привести к общей заторможенности, развитию чрезмерной социальной зависимости (блокирование любой деятельности, избегание контактов с внешним миром). Потому страх утратить любовь может заставить индивида избегать всего, что усиливает этот страх [4].

В своем исследовании мы определяем интенсивность страхов, а также наличие (или отсутствие) фобии у студентов, и для этого нами был использован «Опросник иерархической структуры актуальных страхов личности» (ИСАС) Ю. Щербатых и Е. Ивлевой.

В опросе участвовали студенты факультета сервиса 1—3-х курсов в количестве 84 человек, из них 30 юношей и 54 девушки.

Респондентам предлагалась анкета, состоящая из 24 вопросов. При положительном ответе на вопрос испытуемые оценивали интенсивность возникающей эмоции по 10-балльной шкале.

После проведения анкетирования нами были выявлены интегральные показатели страха у каждого испытуемого. Исследование показало, что у большей части юношей (65 %) интегральный показатель совпадает с нормой, которую вывели авторы данного теста (мужской пол — 77,9 балла, женский пол 104,6 балла). И лишь у 20 % девушек результаты совпали с нормой.

Превышение нормы у юношей составляет 10 %, ниже нормы — 25 %.

У девушек превышение нормы 75 %, а ниже нормы — 5 %.

Далее, исходя из ответов на вопросы, определили самые распространенные фобии студентов.

1. Страх болезни близких.
2. Страх перед негативными последствиями болезней близких людей.
3. Страх изменений в личной жизни.
4. Страх перед будущим.
5. Страх перед публичными выступлениями.

Затем мы разделили фобии по гендерному признаку.

Нами были рассмотрены фобии, присущие юношам.

1. Страх болезни близких.
2. Страх перед негативными последствиями болезней близких людей.

3. Страх перед будущим.
 4. Страх перед публичными выступлениями.
 5. Страхи, связанные с половой функцией.
- Также анализировались фобии, присущие девушкам.

1. Страх болезни близких.
2. Страх перед негативным последствием болезней близких людей.
3. Страх изменений в личной жизни.
4. Страх перед публичными выступлениями.
5. Страх перед будущим.

Из нашего исследования можно сделать следующие выводы.

- У большей части студентов самой распространенной фобией является страх болезни близких и связанный с ним страх перед негативным последствием болезней близких. Вероятнее всего, это связано с биологическими свойствами организма, с воспитанием и ментальностью нашего народа, а также с еще не устоявшейся материальной базой студентов, их денежной и духовной зависимостью от родителей.

- По гендерному признаку у юношей появляется страх, связанный с половой функцией, этот страх заложен в мужском организме биологически и является его неотъемлемой составляющей.

- Девушки же в отличие от мужчин боятся изменений в личной жизни. Данная фобия обусловлена новым периодом социализации. В студенческом возрасте большая часть девушек устанавливает отношения с противоположным полом, кто-то выходит замуж, кто-то просто находит свою вторую половину, а у тех, к кому любовь еще не пришла, возникает данная фобия.

Пока существует на земле человек, будут существовать и его страхи. Так устроен организм, и по-другому быть не может. Человеку необходимо равновесие в ощущениях, т. е. он должен получать как негативные, так и положительные эмоции. Личности для ее развития нужно не только испытывать чувство победы, но и преодолевать препятствия, свои страхи и неудачи.

Список литературы

1. Ребер А.С. Большой психологический словарь. М., 2000.
2. Энциклопедия психоанализа / сост. П.С. Гуревич. М., 1998.
3. Захарова Л. Н. Личностные особенности, стили поведения и типы, профессионально самоидентификации студентов. М., 2002.
4. Луков. В.А. З.Фрейд. Печаль и Меланхолия. М., 2007.

Н. В. Харитошкин,
ассистент кафедры «Автосервис» (РГУ им. И. Канта, Калининград),
Р. И. Баранов,
аспирант (РГУ им. И. Канта, Калининград)

Искусственные нейронные сети в системе поддержки принятия управленческих решений на транспорте

В последние годы замечен значительный рост интенсивности исследований в области нейродинамического программирования [1] и интеллектуальных систем поддержки принятия управленческих решений (СППР) [2], что определяет основные тенденции в развитии технологии создания СППР на транспорте. Сегодня динамическое моделирование - наиболее широко используемый прием решения задач планирования и управления транспортными системами.

Своевременное принятие эффективных решений при изменении экономической ситуации является основной проблемой в управлении. Очевидно, что только опыт и интуиция руководителей не могут обеспечить принятие таких решений при изменении условий деятельности предприятия. Важным помощником руководителя становятся компьютерные интеллектуальные СППР (Intelligent Decision-making Support Systems — i-DMSS) [2], которые позволяют моделировать ситуацию и сделать выбор оптимального плана действий. Использование

методов математического моделирования и принятие на их базе обоснованных решений по управлению деятельностью предприятия — важное конкурентное преимущество предприятия.

Искусственные нейронные сети, в частности обучаемые многослойные нейронные сети прямого распространения с нелинейными функциями активации, осуществляют на ее входах настраиваемое нелинейное преобразование многомерной информации внешних переменных в соответствующие моменты времени (например: значения биржевых курсов валют, цена на топливо в регионах, по которым проходят маршруты перевозок; деловые индексы, характеризующие состояние экономики отдельных стран и регионов, и др.). Динамика такого преобразования описывается векторными нелинейными дифференциальными уравнениями, общая размерность которых определяется числом настраиваемых весовых коэффициентов синаптических связей. Как нелинейная динамическая структура, обучаемая нейронная сеть характеризуется сложными виртуальными фазовыми состояниями, зависимыми как от внешних воздействий, так и от текущего состояния искусственных нейронов. Замыкание выходов и входов нейронной сети прямого распространения через динамический нелинейный объект приводит к возникновению целенаправленной обработки информации, в которой сеть выполняет функцию управления объектом [3]. Такое встраивание нейронной сети в нелинейную динамическую систему «нелинейный динамический объект - настраиваемая нейронная сеть» является интересным предметом исследования и с точки зрения нелинейной динамики, и с точки зрения теории управляемых динамических систем. Обучаемые (настраиваемые) нейронные сети прямого распространения — универсальные аппроксиматоры с настраиваемым базисом, что придает системам с нейронными сетями адаптивные свойства. Многослойные нейронные сети с нелинейными функциями активации в классе сигмоидных в процессе обучения способны к воспроизведению на своих выходах, а следовательно, на входах управляемых объектов

«почти» любой функцией управления. По этой причине многослойные нейронные сети — адекватное средство для формирования адаптивных нелинейных законов управления.

Реализованные в интеллектуальной СППР алгоритмы методов нейро-динамического программирования позволяют добиться существенного повышения эффективности управленческих решений в кризисные периоды [4].

Список литературы

1. *Dimitri P. Bertsekas, John Tsitsiklis Neuro-Dynamic Programming*. Massachusetts Institute of Technology. Belmont, 1996.
2. *Intelligent Decision-making Support Systems. Foundations, Applications and Challenges*. London, 2006.
3. *Хайкин С.* Нейронные сети: полный курс. 2-е изд. / пер. с англ. М., 2006.
4. *Moody J., Wu L., Liao Yu., Saffell M.* Performance Functions and Reinforcement Learning for Trading Systems and Portfolios // *Journal of Forecasting*. 1998. Vol. 17. P. 441—470.

Я. В. Михальская

ассистент кафедры автосервиса (РГУ им. И. Канта, Калининград)

Повышение качества сертификации в автотранспортной отрасли

Введение

Поскольку сфера автомобильного транспорта представляет собой отрасль экономики, непосредственно влияющую на безопасность жизни и здоровья людей, состояние окружающей среды и в целом на уровень качества жизни, то она требует применения специальных методов государственного регулирования и контроля. Одним из методов, представляющим собой эффективный механизм воздействия на деятельность предприятий автотранспортной отрасли, является сертификация. Она представляет собой действие, удостоверяющее, что

изделие или услуга соответствует определенным стандартам или другим нормативно-техническим документам, что подтверждается сертификатом соответствия или декларацией о соответствии.

В последние годы рост рынка автотранспортных услуг и количества автотранспортных предприятий привели к увеличению спроса на сертификационные услуги и, как следствие, к появлению большого количества недобросовестных органов по подтверждению соответствия, которые в погоне за прибылью не обеспечивают достаточное качество процедуры оценки соответствия и не проводят сертификационные испытания на высоком уровне. В результате не только в экономическом отношении, но и на качественном уровне негативные последствия ощущают и потребитель, и производитель продукции (услуги), и отрасль автотранспорта в целом, предоставляющая обширный спектр продукции и услуг.

К сожалению, введение в действие в Российской Федерации с 1 июня 2003 г. федерального закона «О техническом регулировании» усугубляет негативные факторы, приведенные выше. В связи с его введением отменяется действие федеральных законов «О стандартизации» и «О сертификации продукции и услуг», а также расширяется номенклатура продукции и услуг, подлежащих добровольной сертификации вместо обязательной. Отказ от обязательной сертификации услуг (работ) предприятий автотранспортного комплекса только ухудшит ситуацию, так как перспектива ее прохождения заставляла предприятия не только более серьезно проводить мероприятия по повышению качества процессов и объектов, но даже организовывать новые, направленные на повышение безопасности дорожного движения и качества проведения работ по техническому обслуживанию и ремонту подвижного состава.

Аналитическая формализация установления соответствия

В практической деятельности существует обширный класс измерительных задач, решение которых основано на схеме

альтернативных гипотез. К числу таких задач относятся: контроль деталей с использованием как предельных калибров, так и традиционных средств измерений; оценка эквивалентности по качеству двух экземпляров однородной продукции; приемочный контроль экземпляров продукции и партии продукции; сертификационные испытания продукции на соответствие требованиям, установленным в соответствующем нормативном документе, и т.д.

Суть всех измерительных задач такого типа можно охарактеризовать как оценку соответствия. Их главная особенность заключается в том, что эти задачи основаны на использовании решающей функции вида [1]:

$$r(x) = \begin{cases} 0 - \text{соответствие величины } x \\ \text{установленным требованиям;} \\ 1 - \text{несоответствие величины } x \\ \text{установленным требованиям.} \end{cases} \quad (1)$$

Аргументом x решающей функции является параметр (показатель) продукции (услуги). Установленные требования в задаче оценки соответствия регламентируются нормативным документом (стандартом, техническим регламентом и др.).

Параметр продукции задается своим значением с односторонним или двусторонним полем допуска:

$$\begin{aligned} x \leq x_{\max} \text{ (или } x \geq x_{\min}) & \text{ — одностороннее поле допуска;} \\ x \in x_0 \pm 1/2 T_x & \text{ — двустороннее поле допуска,} \end{aligned}$$

где $x_{\max}$ ($x_{\min}$) — предельно допустимое максимальное (минимальное) значение параметра продукции; x_0 — номинальное значение параметра; T_x — допуск параметра.

В соответствии с выражениями из (1) объект сертификации может находиться в одном из двух состояний: соответствует или не соответствует нормативным требованиям. Однако

для потребителя важно не только то, что параметры продукции находятся в пределах допуска, но и их близость к номинальным или предельным значениям, то есть степень соответствия.

Поэтому, по аналогии с определением единичных уровней качества [2], предлагается в (1) изменить решающую функцию следующим образом:

$$r(x) = \begin{cases} 0 < q \leq 1 - \text{соответствие величины } x; \\ 0 - \text{несоответствие величины } x. \end{cases} \quad (2)$$

Здесь q – степень соответствия, которая определяется:

$$q(x) = \begin{cases} 1 - |x - x_0| / Tx - \text{одностороннее поле допуска;} \\ 1 - |x - x_0| / \frac{1}{2} Tx - \text{двустороннее поле допуска} \end{cases} \quad (3)$$

Таким образом, решающая функция (2) оценивает не только соответствие параметра x установленному в нормативном документе требованию, но и определяет степень этого соответствия.

Для того чтобы реализовать эту оценку, нужно знать значение (истинное) параметра x . Используя экспериментальную процедуру измерения, определяют полученный результат, который, как случайная величина, имеет следующую структуру:

$$y(x) = x + E_c + E_b, \quad (4)$$

где E_c — систематическая погрешность; E_b — случайная (вероятностная) погрешность.

В соответствии с вероятностным характером полученных результатов введем понятие нуль-гипотезы H_0 и альтернативной гипотезы H_1 [3]. Под H_0 понимается факт соответствия измеряемого параметра x установленным требованиям, под H_1 — несоответствие x требованиям.

При получении результата измерений как соответствующего требованиям $y(x) \in H_0$, из-за наличия погрешностей (4) возможны два события: а) параметр x соответствует требова-

ниям (верная оценка); б) параметр x не соответствует требованиям (ошибочная оценка). Второе событие является ошибкой 1-го рода (риск потребителя). Обозначим ее вероятность α .

Если получен результат измерения продукции как не соответствующий требованиям ($y(x) \in H_1$), то также возможны два события: а) параметр x не соответствует требованиям (верная оценка); б) параметр x соответствует требованиям (ошибочная оценка). Здесь второе событие является ошибкой 2-го рода (риск производителя) с вероятностью β .

Очевидно, что чем ближе истинное значение параметра к границам его допуска, тем больше вероятность α и β . Это повышает необходимость осуществления оценок соответствия с применением решающей функции (2).

Выводы

Существующая методология оценки соответствия продукции (услуг) не позволяет определить степень соответствия параметров продукции нормативным требованиям. Предлагается изменить формализацию оценки соответствия с использованием квалиметрического подхода. Поскольку такой подход требует учета вероятностных оценок результатов измерения значений параметров продукции, которые недостаточно изучены, то следует предложить исследования по повышению зависимости ошибок 1-го и 2-го рода при измерениях от близости их результатов к границам допусков значений параметров.

Состояние оценки соответствия, при котором вероятности ошибок 1-го и 2-го рода не выходят за установленные пределы, позволит обеспечить объективность процедур сертификации, повысить ответственность сертифицирующих органов за результаты своей деятельности, объективность аттестации испытательных лабораторий и самих центров на право проведения сертификационной деятельности, что сократит число недобросовестных сертифицирующих органов и повысит качество сертификации.

Список литературы

1. *Амирджанянц Ф. А., Сычев Е. И.* Методы оценки эффективности сертификации: учебно-методическое пособие. М., 2004.
2. *Нордин В. В.* Практические методы управления качеством и качества управления. учебно-методическое пособие. Калининград, 2008.
3. *Закс Л.* Статистическое оценивание / пер. с нем. М., 1976.

Р. А. Иванов,
студент 5-го курса (РГУ им. И. Канта, Калининград)

Перспективы развития городского пассажирского транспорта Калининграда

В течение последних лет Калининград, как и все развивающиеся города мира, дошел до той точки, когда дальнейшее развитие городского пассажирского транспорта (ГПТ) стало невозможно. Причины этого кроются в особенностях развития нашего города. Основная особенность заключается в его дорожной инфраструктуре, унаследованной от Кёнигсберга.

Ключевую роль в развитии калининградской дорожной сети, безусловно, играла и продолжает играть река Преголя, которая делит город на примерно равные части с ограниченным числом связей между ними, а точнее — с четырьмя связующими магистралями, проходящими по эстакадному, двухъярусному и двум малым мостам, соединившим остров с остальными частями города.

Другим немаловажным критерием, определившим настоящее состояние городской дорожной сети, является историческое развитие ГПТ Кёнигсберга с преобладанием трамвайного сообщения. Трамвай появился в городе еще в 1895 г., в то время как автобус стал функционировать лишь в 1925 г. и играл вспомогательную роль. Троллейбус же стал известен жителям Кёнигсберга в 1943 г., когда он был доставлен из Киева [5].

И наконец, немаловажное значение имеет отсутствие метрополитена, так как большинство крупных городов решали

проблему развития ГПТ путем строительства метро. Калининград же не мог последовать их примеру, поскольку болотистая местность и очень высокий уровень грунтовых вод делали это невозможным.

Таким образом, развитие ГПТ Калининграда было определено развитием оставшихся трех видов транспорта.

Ситуацию с ГПТ в настоящий момент можно описать следующим образом.

- Трамвай почти полностью вытеснен с улиц, остались только два маршрута. Произошло это по ряду причин. Во-первых, скорость движения трамвая и качество обслуживания пассажиров на данном этапе его развития гораздо ниже, чем у других видов пассажирского транспорта. Во-вторых, невозможность обновления парка подвижного состава, поскольку ширина трамвайной колеи Калининграда составляет всего 1 м (так называемая «узкоколейка»), а ширина самого трамвая 2,2 м, в то время как в «большой» России ширина колеи 1,5 м, а трамвая 2,5 м, то использовать вагоны отечественного производства не представляется возможным. Обновлять подвижной состав можно было лишь вагонами, купленными за границей, а точнее в Чехии, где колея такая же, как у нас, но это довольно дорого (стоимость подержанного вагона составляет порядка 30 млн рублей).

- Наметилась слабая тенденция в развитии троллейбусного движения, маршруты которого вводились в основном вместо ликвидированных трамвайных. Сейчас постоянно действуют два маршрута, а еще два находятся в стадии доработки контактной линии, в связи с чем троллейбусы часто подменяются автобусами большого класса.

- Наибольшее развитие получили автобусы: в городе сейчас работают 32 маршрута автобусов большого класса и 30 маршрутов малого класса [6].

Результатом такого развития ГПТ стала большая загруженность транспортной сети Калининграда, в основном из-за увеличения числа автобусов большого и малого классов, а также троллейбусов, так как все они используют дорожную

сеть. Кроме того, не стоит забывать о росте уровня автомобилизации, который, по данным ГИБДД на 1 апреля 2010 г., в Калининграде составил 368 транспортных средств на 1000 жителей, что уже превысило расчетный показатель на 2011 г., спрогнозированный Белорусской ассоциацией экспертов и сюрвейеров на транспорте в 2007 г., а именно 365 транспортных средств на 1000 жителей [1].

Результатом всего этого стала значительная перегрузка дорожной сети, плотность которой в настоящий момент составляет $2,2 \text{ км} / \text{км}^2$ к требуемой не менее $2,5 \text{ км} / \text{км}^2$. К тому же большинство дорог — довоенные и в основном — ненормативные. Так, ширина проезжей части такой двухполосной трассы 5 м при нормативе 7,5 м. Кроме того, старые дороги не соответствуют ни современным нагрузкам, ни интенсивности автомобильного движения.

Из вышесказанного видно, что развитие ГПТ Калининграда зашло в тупик. Трамвайное движение ликвидировано почти полностью, а сеть автобусных и троллейбусных маршрутов в настоящий момент исчерпала возможности роста, так как она ограничена пропускной способностью дорожной сети, которая тоже не развивается и не может значительно измениться к лучшему для решения проблемы развития ГПТ города. Учитывая увеличение уровня автомобилизации, который опережает развитие дорожной сети, можно утверждать, что в скором времени ГПТ Калининграда, опирающийся в основном на сеть автобусных маршрутов, окажется неспособным выполнять свои функции.

Чтобы найти возможные варианты решения этой проблемы, обратимся к опыту других городов, столкнувшихся с подобной ситуацией, например Новосибирска и Волгограда. По отдельности опыт этих городов не может помочь разрешить в полной мере существующую у нас проблему — необходимо использовать лучшие наработки того и другого.

В середине февраля 2010 г. на Градостроительном совете мэрии Новосибирска была одобрена и принята «Концепция строительства скоростного трамвая до 2030 года», причиной

создания которой послужило то, что, как и в Калининграде, сеть автобусного и троллейбусного движения здесь уже не могла развиваться [2].

Ключевым моментом Концепции, интересным для Калининграда, можно назвать предложение по созданию трамвайной скоростной связи между берегами Оби по перспективному Центральному мосту. При этом было доказано, что с введением скоростной линии трамвая пропускная способность моста в пересчете на пассажиров увеличится в 3—4 раза, а требуемое расширение проезжей части для трамвайного полотна составляет всего 7 м. Обратившись к транспортной сети Калининграда, можно легко найти аналог новосибирского Центрального моста. Это эстакадный мост, который фактически, несмотря на запрет ПДД, используется в час пик как шестиполосный. Примечательно, что две полосы проходят по трамвайным путям. Применяя опыт Новосибирска, можно, расширив колею, пустить по эстакадному мосту в Калининграде скоростной трамвай, что решит проблему с пассажиропотоком, а также снизит загруженность моста в результате вытеснения с него автобусного движения.

В Волгограде в 1984 г. в связи с невозможностью строительства метро была создана линия скоростного трамвая протяженностью 14 км. Участок от остановки «Монолит» до конечной «Тракторозавод» скоростной трамвай проходит по городской трамвайной сети и делит ее с обычным городским маршрутом №9, так что скорость у скоростных и обычных составов на этом участке получается одинаковой [3].

Возвращаясь к транспортной сети Калининграда, мы обнаружим возможность применить опыт Волгограда, соединив северную и южную части нашего города линией скоростного трамвая протяженностью около 8 км (Советский пр. — пл. Победы — Ленинский пр. — ул. Киевская), а также восточную и западную части маршрутом протяженностью около 13 км (пр. Победы — Московский пр.). На основе этих линий можно выстроить сеть трамвайного сообщения, аналогичную гибридной системе Волгограда, использующей как обычный,

так и скоростной подвижной состав и охватывающей весь город. Учитывая стабильное развитие и расширение города, вышеописанная сеть позволила бы решить проблему ГПТ на довольно значительный период, с перспективой введения других маршрутов скоростного трамвая по мере роста Калининграда. Кроме того, это позволит снизить плотность транспортного потока за счет исключения из движения автобусов большого класса, троллейбусов, а также смещения автобусов малого класса из центра города к его окраинам для выполнения вспомогательной функции.

Для реализации вышеописанной системы в Калининграде остается решить уже упоминавшуюся проблему с подвижным составом. Поскольку большая часть трамвайных путей была ликвидирована, то их придется прокладывать заново, поэтому имеет смысл размер колеи делать общероссийским.

Основной недостаток этого варианта в том, что он будет очень дорогостоящим, поскольку потребуются деньги не только на прокладку новой колеи там, где она была ликвидирована, но и на расширение существующей. К достоинствам же можно отнести то, что появляются возможности выбора поставщиков подвижного состава с приемлемыми для города условиями, а также использования отечественного подвижного состава.

В дополнение к сети трамвайного движения для связи периферийных населенных пунктов (поселков Чкаловск и им. А. Космодемьянского, Гурьевска и др.) с центром города целесообразно введение наземного метро с использованием проходящих через город железнодорожных путей вместо пригородных маршрутов автобусов.

Вместе трамвайная сеть и сеть наземного метро позволят отказаться от автобусов большого класса и троллейбусов и свести к минимуму число автобусов малого класса.

При возможном использовании предложенного варианта возникнет проблема с системой оплаты проезда, поскольку многим придется использовать несколько видов транспорта с пересадками (автобус малого класса — трамвай, наземное

метро — трамвай и т.д.) Для разрешения этой проблемы имеет смысл присмотреться к опыту наших ближайших соседей. В Варшаве, например, используется единая система оплаты проезда на трамвае, автобусе и метро, что позволяет, приобретя один билет, менять транспортное средство. Кроме того, данная система предполагает как покупку одноразового билета (на одну поездку), так и многоразового (на день, неделю). Билет открывается при первой посадке, на его обороте пробивается дата-время и номер транспортного средства [4].

С введением такой системы оплаты — при установлении разумных тарифов — использование ГПТ станет более привлекательным для населения, что, возможно, даже подтолкнет некоторых отказаться от использования личного транспорта.

Система городского пассажирского транспорта с предложенными изменениями, кроме всего прочего, будет более экологичной, что можно назвать еще одним ее достоинством в связи с актуальностью защиты окружающей среды.

Список литературы

1. *Отчет*, предоставленный транспортным отделом администрации городского округа «Город Калининград», по прогнозированию развития городского пассажирского транспорта города Калининграда Белорусской ассоциации экспертов и сюрвейеров на транспорте, 2007 г.
2. *Колпаков А.* Концепция скоростного трамвая в Новосибирске. URL: www.tr.ru (дата обращения: 14.04.2010).
3. *Сайт*, посвященный волгоградскому скоростному трамваю. URL: www.volgograd.metro.ru (дата обращения: 08.04.2010).
4. *Системам* оплаты проезда в ГПТ за границей. URL: www.live-journal.com (дата обращения 18.04.2010).
5. *История* города Калининграда. URL: www.ru.wikipedia.org (дата обращения: 14.02.2010).
6. *Маршрутная* сеть городского пассажирского транспорта города Калининграда. URL: www.klgd.ru (дата обращения: 04.03.2010).

А. О. Беликова,
студентка 5-го курса (РГУ им. И. Канта, Калининград)

Мероприятия по снижению загруженности транспортной сети Калининграда

Каждый день жители города и пользователи транспортной сети сталкиваются с различными проблемами, но, пожалуй, самая актуальная на сегодняшний день — проблема загруженности и переполненности дорог автотранспортом.

С каждым годом растет уровень автомобилизации, и транспортные потоки перенасыщаются при неизменной пропускной способности дорог, что вызывает затруднения движения и заторы.

Кроме неудобств, связанных с потерей времени, затруднения движения имеют еще и негативный экономический эффект. В соответствии с разработанными рекомендациями, представленными в различных источниках, самым простым методом подсчета убытков является следующая мультипликативная формула:

$$M = T \cdot N \cdot (K \cdot S + B),$$

где N — количество машин, ежедневно стоящих в пробках, S — средняя заработная плата в час, K — среднее количество человек, находящихся в машине, B — средний расход бензина за час нахождения в пробке, T — среднее количество времени, которое автомобилист проводит в пробке [1].

Время, проведенное в пробке, — это время на поездку до места назначения за вычетом времени, необходимого на ту же дорогу без пробки. То есть это дополнительное время, которое затрачивается на стояние в пробке, а не чистое время в дороге.

Для расчета данного показателя необходимо знать уровень заработной платы. По данным различных статистических ис-

следований, среднемесячная заработная плата в Калининграде составляет от 18 до 20 тыс. рублей. Для проведения расчетов воспользуемся усредненным значением – 19 тыс. рублей. Чтобы рассчитать среднюю заработную плату в час, необходимо сначала определить оплату за день. Так как количество рабочих дней в месяц по норме составляет 22 дня, то ежедневная выплата:

$$\text{СДН} = 19000/22 = 863,64 \text{ руб./день.}$$

Учитывая среднее количество рабочих часов в день, которое, согласно трудовому законодательству, составляет 8 ч, можно определить необходимое значение S:

$$S = 863,64/8 = 107,96 \text{ руб./ч.}$$

По статистике среднее количество человек, находящихся в автомобиле во время движения (K), составляет примерно 1,3 человека, а средний расход бензина за один час, проведенный в пробке, 2 л. Так как Калининград – достаточно небольшой город, то многочасовые пробки здесь случаются редко, и за ежедневное среднее количество времени, проведенное автомобилистами в заторе (T), можно принять 0,5 ч, или 30 мин; N равным 100 тыс. автомобилей. При уровне автомобилизации населения на 2010 г. около 350 автомобилей на 1000 человек установленное значение не составляет даже одной трети от количества легковых транспортных средств, не говоря уже о грузовых машинах и автобусах. То есть средние экономические потери от заторов в день составляют примерно:

$$\begin{aligned} M &= 0,5 \cdot 100000 \cdot (1,3 \cdot 107,96 + 2) = \\ &= 50000 \cdot (140,348 + 2) = 7117400 \text{ руб.} \end{aligned}$$

Полученная сумма – лишь примерный подсчет потерь частных лиц, организаций и бюджета. Конечно, для точных данных необходимо учитывать различные коэффициенты, но и

приведенных расчетов вполне достаточно, чтобы установить, что перегруженность транспортной сети Калининграда доставляет серьезные экономические неудобства городу, не говоря уже об экологии.

Пробки «съедают» достаточно большую часть областного бюджета, а также бюджетов компаний и частных лиц, что подтверждает необходимость снижения интенсивности движения и насыщенности транспортных потоков в городе как в интересах жителей и властей, так и в интересах различных организаций.

Принцип снижения загрузки дорог предполагает введение мер, которые позволяют снизить интенсивность движения до пределов, обеспечивающих повышение скорости и безопасности движения, что особенно важно в пиковые периоды.

Существует много различных методов воздействия на транспортную сеть в целях ее оптимизации, но, к сожалению, в условиях Калининграда не все они применимы. На данный момент самыми актуальными считаются наименее затратные и оперативные мероприятия.

С учетом данных условий можно сделать вывод, что экстенсивный метод оптимизации, то есть расширение протяженности, площади и плотности улично-дорожной сети за счет строительства новых участков дорог и реконструкции (расширения) действующих, не поможет решить проблему в кратчайшие сроки [2].

Одним из самых подходящих для Калининграда интенсивных методов улучшения транспортных условий является организация одностороннего движения на загруженных участках, а именно в центре. Данный метод широко применяется в Москве и Санкт-Петербурге, которые также имеют признаки радиально-кольцевого строения сети и где существует возможность разведения встречных потоков по параллельным улицам.

Для реализации данного метода необходимо лишь установить хорошо заметные дорожные знаки с указанием маршрута, чтобы водители не теряли направление движения и не создавали аварийных ситуаций.

Кроме того, в центре города желательно выделить места, где движение на личном транспорте будет запрещено. Не дальше чем в пяти минутах ходьбы от этих зон необходимо организовать парковки для машин и остановки общественного транспорта. Для рациональной и малозатратной реорганизации данные территории должны быть свободны от офисов и торговых центров [3].

Существует еще один эффективный метод оптимизации транспортной сети, он может применяться как самостоятельно, так и в совокупности с вышеуказанными — это ограничение движения грузового транспорта в черте города в дневное время.

Сейчас ситуация на дорогах Калининграда сложная. В связи с высоким уровнем автомобилизации транспортная сеть переполнена. Рост автомобильного парка и повышение интенсивности дорожного движения привели к снижению скоростей, возникновению задержек в транспортных узлах, ухудшению условий движения, повышению загазованности и уровня шума, росту аварийности на улично-дорожной сети. Все это вызывает необходимость разработки эффективных мероприятий по устранению подобных негативных последствий, особенно по снижению дорожно-транспортных происшествий (ДТП), но с введением запрета на дневное движение грузового транспорта в городе плотность транспортных потоков уменьшится на 150—200 тыс. автомобилей, включая транзитные, что заметно облегчит транспортную ситуацию и разгрузит основные улицы.

Метод ограничения движения грузового транспорта широко применяется во многих странах мира, в том числе и в России. Не так давно он был введен в Екатеринбурге, где доказал свою эффективность. Этот метод не требует закупки специального оборудования, а предполагает лишь организацию специально оборудованных площадок на подъездах к городу, где грузовые автомобили будут находиться в дневные часы. Эти требования должны касаться и строительных организаций, и продуктовых баз, и автоцентров, расположенных в централь-

ных районах. Исключения могут быть сделаны для спецавто-транспорта и транспорта, обслуживающего непрерывный цикл работ. Также необходимо подготовить специальные схемы маршрутов проезда транзитного транспорта [4].

Кроме того, для увеличения эффективности метода можно развести во времени доставку продукции в торговые предприятия и перенести ее на ночные часы (независимо от категорий автомобилей, которые используют фирмы). Это позволит убрать машины, стоящие у обочин улиц и на крайних правых полосах дорог, что заметно увеличит их пропускную способность.

Таким образом, существуют способы, альтернативные затратному и долгосрочному строительству дорог и позволяющие в достаточно короткие сроки разрешить транспортные проблемы Калининграда. С каждым годом ситуация здесь усугубляется, и при отсутствии каких-либо мер по оптимизации транспортной сети положение на городских дорогах нашего города в скором времени может стать как в Москве.

Список литературы

1. *LiVEJOURNAL*. URL: http://community.livejournal.com/ru_auto/14173575.html (дата обращения: 11.04.2010).
2. *Центр* дорожной информации. URL: <http://road.perm.ru/index.php?id=4> (дата обращения: 11.04.2010).
3. *Sec4all*. Информационный портал о безопасности. URL: <http://www.sec4all.ru/content/view/298/49> (дата обращения: 10.04.2010).
4. *Министерство* транспорта и дорожного хозяйства. Портал Правительства Республики Татарстан. URL: http://mindortrans.tatar.ru/rus/file/pub/pub_17300.doc (дата обращения: 12.04.2010).

Научное издание

**ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ
И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА**

**Материалы
межвузовской научно-практической конференции
студентов и аспирантов**

Выпуск 4

Под редакцией **Валентина Сергеевича Корнеевца**

Редактор *Л. Г. Ванцева*. Корректор *Е. В. Владимирова*.
Оригинал-макет подготовлен *Л. В. Павловой*

Подписано в печать 25.07.2010 г.
Бумага для множительных аппаратов. Формат 60×90 ¹/₁₆.
Гарнитура «Таймс». Ризограф. Усл. печ. л. 12,8 Уч.-изд. л. 10,1.
Тираж 200 экз. Заказ 208.

Издательство Российского государственного университета им. И. Канта
236041, г. Калининград, ул. А. Невского, 14