

КОМИТЕТ ПО ТУРИЗМУ АДМИНИСТРАЦИИ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И. КАНТА

*ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ
КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ И РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА*

*Материалы Международной
научно-практической конференции, прошедшей
в рамках VIII Международной туристической выставки
«Янтур-2005»*

*15 апреля 2005 года
г. Калининград
Музей Мирового океана*

*Издательство
Российского государственного университета им. И. Канта
2005*

УДК 338.48 (470.26)
ББК 65.433 (2Р31-4К)
И 902

Редакционная коллегия:

В.В. Зимоглядова, председатель комитета по туризму
администрации Калининградской области;
В.С. Корнеевец, доц., проректор по экономическим вопросам
РГУ им. И. Канта;
Е.Г. Кропинова, доц. каф. социально-культурного сервиса и туризма
РГУ им. И. Канта

И 902 Историко-культурный потенциал Калининградской области и развитие туризма: Мат-лы Междунар. науч.-практич. конф. / Под общ. ред. Е.Г. Кропиновой. – Калининград: Изд-во РГУ им. И. Канта, 2005. – 157 с.

ISBN 5-88874-627-4

В статьях сборника, подготовленных участниками Международной научно-практической конференции, освещаются проблемы использования культурно-исторического потенциала Калининградской области для развития туризма в регионе.

Предназначен для специалистов в области туризма и международного сотрудничества; преподавателей, аспирантов и студентов высших учебных заведений.

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

ISBN 5-88874-627-4

© Коллектив авторов, 2005

**ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО УЧАСТНИКАМ
VIII МЕЖДУНАРОДНОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ВЫСТАВКИ «ЯНТУР-2005»
Ю.С. Шалимова, вице-губернатора Калининградской области**

Уважаемые участники и гости выставки!

VIII Международная выставка «Янтур» проходит в знаменательный год празднования 750-летия со дня основания города Калининграда и 60-летия со дня Победы в Великой Отечественной войне. Юбилейные даты легли в основу экскурсионных программ, предлагаемых сегодня туроператорами Калининградской области, приграничных территорий Литвы и Польши. Разнообразие маршрутов, их насыщенность, оригинальность и целевая направленность отличает демонстрируемый на выставке туристический продукт. Первыми с одной из программ познакомятся ветераны Великой Отечественной войны, которые выезжают на обзорную экскурсию сразу же после церемонии открытия выставки. Официально юбилейные торжества пройдут в течение нескольких дней, но туристические компании будут предлагать гостям праздничные программы до конца года.

Мир меняется. На наших глазах меняется и туризм. Прежде всего, его отличают масштабные количественные изменения. Особенно высоки темпы возрастания массовости всех видов туристского отдыха, в том числе социального. В этом году в федеральном бюджете предусмотрены средства для приобретения 1 млн льготных путевок, 700 млн рублей — на обеспечение бесплатного проезда к местам оздоровления и отдыха. Результат такого решения наши здравницы почувствовали задолго до наступления сезона — российское побережье Балтики продолжает демонстрировать высокую востребованность.

XXI век принес масштабные изменения в географию туризма. После вступления Литвы и Польши в Евросоюз Калининградская область стала одной из основных площадок трансграничного сотрудничества России и Европы, в том числе в сфере туризма. Вероятно, поэтому один из проектов ТАСИС носит название «Добрососедство». Доброе соседство открывает сегодня новые горизонты совместной деятельности, мира, доброты, путешествий. В добрый путь.

**ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО УЧАСТНИКАМ
МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
«ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ
КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ И РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА»
А.В. Горбы, руководителя аппарата
администрации Калининградской области**

Уважаемые дамы и господа, участники конференции!

Вчера в Калининграде открылась VIII Международная туристическая выставка, в рамках которой традиционно проходит международная конференция с туристской тематикой. Сегодняшняя конференция посвящена важному событию в жизни нашей страны и нашего края — 750-летию со дня основания города Калининграда. Участники конференции — ведущие специалисты в области туризма России, Германии, Великобритании, Франции, Польши, Литвы — обмениваются сегодня опытом по использованию историко-культурного потенциала в туристской деятельности.

В мировой экономике туризм давно уже занял лидирующие позиции. Туризм стабильно продолжает давать до 12 % мирового ВВП, а в 37 странах служит главным источником наполнения бюджета. Только европейцы потратили на путешествия в прошлом году 323 млрд евро. Наибольший прирост числа иностранных гостей произошел на востоке Европы. Приграничную с Калининградской областью Польшу, например, посетили свыше 14 млн туристов, что на 29 % больше, чем в предыдущем году. В нашем регионе, несмотря на некоторые визовые проблемы, прирост туристов составил 9 %. Впечатляющий туристский потенциал Калининградской об-

Приветственное слово руководителя аппарата администрации А.В. Горбы

ласти позволяет исполнительной власти региона рассматривать развитие индустрии туризма как одно из приоритетных направлений своей деятельности. Экономический сценарий, по которому развивается туристская сфера области, представлен в специализированной региональной программе, реализация которой завершается в будущем году. Новые условия, в которых находится сегодня туристско-рекреационный комплекс, ставят перед нами новые задачи. Уверен, что участники конференции их не просто озвучат, но на опыте своих регионов и государств покажут пути их решения.

Желаю вам результативной работы и интересных встреч.

В.В. Зимоглядова,
председатель комитета по туризму
администрации Калининградской области,
профессор РМАТ,
Э.А. Хаймурзина,
консультант комитета по туризму
администрации Калининградской области

**ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ
ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА
КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ В РАМКАХ ПРОЕКТОВ
И ПРОГРАММ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА**

Калининградская область, располагая привлекательным туристско-рекреационным комплексом, испытывает общие для всего российского туризма проблемы. Главная из них — недостаток государственных и частных инвестиций в индустрию туризма. Бюджетные средства направляются преимущественно в развитие социальной сферы, частный капитал предпочитает финансировать строительство — в основном малых гостиниц и досугово-развлекательных объектов. Частные же туристические компании являются малыми предприятиями и в большинстве своем не располагают достаточным оборотным капиталом для самоинвестиций.

Перспективы повышения мотивации к вложениям в индустрию туризма связаны с решением сложных общероссийских задач, выходящих за рамки региона. И хотя Калининградская область — регион с благоприятным инвестиционным климатом и высокой деловой активностью, предпринимательские инициативы в туризме здесь проявляются недостаточно активно. А в таких направлениях, как статистическое наблюдение, информационное продвижение на международные туристские рынки и проведение маркетинговой деятельности, отсутствуют вообще. Чтобы сложившаяся ситуация не повлияла

негативно на возможность дальнейшего увеличения организованного туристского потока в регион, администрация области, особенно в последние годы, активизировала деятельность по участию в различных проектах Евросоюза.

***Основные направления международных проектов
в туристско-рекреационной сфере:***

- развитие международного и межрегионального сотрудничества;
- научное и кадровое обеспечение туристской отрасли;
- информационно-рекламное продвижение калининградских туристских продуктов;
- развитие отдельных видов туристской деятельности.

Наибольшее число проектов туристской тематики Калининградская область реализовала совместно с Польшей, Литвой, Данией и Германией.

I. Сотрудничество с Республикой Польша

В последние несколько лет особенно активно международные связи туристской администрации области развиваются с Республикой Польша, в частности — с Польской туристической организацией (ПТО) и ее представительством в России.

Совместная деятельность направлена на решение конкретных вопросов: выработку общих принципов и подходов к проведению единой рекламно-информационной политики и образовательных программ, установлению прямых контактов представителей турбизнеса. В этих направлениях реализованы следующие проекты и мероприятия:

- Польско-Российский форум (г. Варшава);
- международная конференция «Развитие туризма в регионе Балтийского моря» (г. Гданьск);
- презентация туристско-рекреационного комплекса Калининградской области РФ в посольстве Республики Польша в Москве;

— две стажировки специалистов турбизнеса Калининградской области в Зимних школах менеджеров Польши, расположенных на горнолыжных курортах (г. Кудово Здруй);

— семинар «Развитие туризма в приграничных территориях Калининградской области и Варминьско-Мазурского воеводства в рамках расширения ЕС»;

— три рабочие встречи (workshop) представителей туристических фирм и организаций регионов Российской Федерации, Литовской Республики и Республики Польша (города Калининград, Светлогорск). Такие встречи проводятся на территории Калининградской области ежегодно и вызывают большой интерес практиков туристской сферы.

II. Сотрудничество с Литовской Республикой

Сотрудничество с Литовской Республикой осуществляется в рамках работы Постоянной комиссии по торгово-экономическому сотрудничеству и взаимодействию в области энергетики литовско-российского Совета по долгосрочному сотрудничеству между региональными и местными властями Литовской Республики и Калининградской области Российской Федерации. Совместные проекты направлены преимущественно на продвижение туристских продуктов на национальный и международные рынки. В целях проведения единой политики в этом направлении создана совместная рабочая группа по сотрудничеству в области туризма, которой реализованы следующие проекты:

— проведение совместных встреч с представителями средств массовой информации (группами журналистов), публикующих материалы по туристской тематике;

— предоставление на безвозмездной основе площадей на туристических выставках «Виватур» в г. Вильнюсе и «Янтур» в г. Калининграде;

— организация совместных рекламных кампаний в городах Калининграде, Вильнюсе, Паланге;

— исследование возможностей внутренних водных путей Калининградской области для туризма.

В стадии рассмотрения находится проект «Развитие инфраструктуры водного туризма в Куршском заливе и на реке Преголе».

Поскольку поиск серьезных инвесторов, придающих значение экономическому обоснованию перспективности больших финансовых вложений, активизируется с привлечением зарубежных партнеров, в разработке инвестиционных проектов Калининградская область выходит за пределы приграничного сотрудничества.

**III. Проекты в рамках партнерства
«Калининградская область (РФ) —
Варминьско-Мазурское воеводство (РП) —
остров Борнхольм (Дания)»**

Трехстороннее международное соглашение направлено на реализацию следующих проектов:

1. Интеграция Калининградского регионального информационно-образовательного центра туризма в единую европейскую туристскую информационную сеть.
2. Развитие туризма приграничных территорий Калининградской области и Варминьско-Мазурского воеводства.

**IV. Сотрудничество в рамках
Северо-Западного региона России**

В октябре 2004 года начата реализация проекта «Развитие туризма в Северо-Западном регионе России» (проект EUROPEAID/115410/C/SV/RU, 2004/081—351) стоимостью 2,2 млн евро.

Ожидаемые результаты от реализации данного проекта:

- подготовка интегрированной стратегии маркетинга в Северо-Западном регионе России;
- создание новых туристских продуктов;
- создание туристического Интернет-портала Северо-Запада России;

— выполнение программы обучения туристских кадров в целях развития потенциала областных администраций, туристских информационных центров и предприятий малого и среднего бизнеса.

V. Проекты, реализованные в сотрудничестве с Министерством труда Дании

В целях обучения менеджеров и частных предпринимателей Калининградской области, занимающихся экологическим и сельским туризмом, реализован подпроект № 3 «Разработка пилотных проектов по экологическому и экономически устойчивому туризму» в рамках секторно-интегрированной программы в регионе Балтийского моря -2000 в Калининградской области.

В ходе реализации проекта 14 предпринимателей прошли обучение и стажировки в Польше, Швеции и Дании. Создан Интернет-портал по сельским усадьбам Калининградской области.

VI. Программа INTERREG IIIA — «Соседство»

Определены перспективные направления межрегионального и международного сотрудничества.

Тема развития туристско-рекреационной сферы Калининградской области включает в себя ряд актуальных задач, требующих комплексного подхода и вовлечения международного сообщества в их решение, в частности:

— повышение квалификации кадрового состава специалистов по отдельным видам туризма;

— развитие отдельных видов туризма, обусловленное наличием уникальных общих ресурсов на приграничных территориях;

— создание адекватной системы наблюдения и учета в туристской сфере и системы информирования потенциальных туристов.

С учетом изложенного предлагаются следующие варианты проектных идей:

1. Блок «Кадры»:

1.1. Международная долгосрочная программа обучения и повышения квалификации работников туристской сферы (менеджеров и специалистов по отдельным видам туризма) приграничных территорий Польши, Литвы, Калининградской области РФ.

Основные мероприятия программы:

- обучающие визиты;
- цикл совместных семинаров;
- общий форум.

1.2. Проведение семинаров по подготовке специалистов инфраструктуры туризма (гостиничное хозяйство, сельский туризм, подготовка маркетологов и др.).

2. Блок «Виды туризма и сопутствующая инфраструктура»:

2.1. Модернизация сети международных автобусных и железнодорожных линий в регионе Балтийского моря для туризма и бизнеса.

2.2. Разработка стратегии развития сельского туризма на приграничных территориях Поморского, Варминьско-Мазурского воеводств Республики Польша и Калининградской области РФ.

2.3. Оценка проблем и возможностей развития водного туризма в Калининградской области (акватории):

- создание общих водных маршрутов и развитие необходимой приграничной инфраструктуры;
- обустройство водного пограничного пункта пропуска «Рыбачий — Нида»;
- описание совместных водных туристских маршрутов, подготовка карт, проспектов, обустройство стоянок и марин.

2.4. Разработка совместных экологических маршрутов и создание необходимой инфраструктуры.

2.5. Описание веломаршрутов, строительство велодорожек и обустройство стоянок, издание маршрутных карт, организация международных велосипедных пробегов. Восстановление старого почтового тракта на Куршской косе (с целью его использования в дальнейшем для велосипедных дорожек).

2.6. Сохранение историко-культурного наследия Литвы, Польши и Калининградской области РФ путем развития культур-

но-событийного туризма на приграничных территориях — проведение совместных конференций, workshop туристических фирм одновременно с культурными событиями (пенэры художников, музыкальные фестивали) в зависимости от тематики, например «Туризм и музыка Балтики».

2.7. Развитие туристического потенциала в бассейне реки Неман.

2.8. Обустройство пляжей Балтийского моря с целью получения международного сертификата «Синий флаг».

2.9. Реализация специального проекта для гостиниц на приграничных территориях с целью получения европейского стандарта «Зеленый ключ».

2.10. Инвентаризация бывших военных объектов, расположенных на приграничных территориях Калининградской области, и создание концепции их реконструкции и перепрофилирования под объекты туристско-рекреационного назначения.

3. Блок «Система наблюдения и учета»:

3.1. Конференция «Актуальные вопросы и перспективы разработки комплекса мер по учету и наблюдению в туристской сфере на основе общих показателей».

3.2. Создание единой системы туристских информационных центров на приграничных территориях и их интеграция в российскую и европейскую сеть.

3.3. Проведение маркетинговых исследований по отдельным направлениям туристской сферы.

3.4. Разработка индикативного плана развития туристской инфраструктуры приграничных районов Калининградской области.

VII. Другие проекты в области туризма, реализованные и осуществляемые на территории Калининградской области

1. Проект ТАСИС «Институциональное развитие, развитие сектора туризма и межрегиональное взаимодействие в Балтийском регионе» (мэрия Калининграда).

2. Проект ТАСИС «Приграничный комплексный план управления для Куршской косы», TSPF/0302/0101,031—702 (Национальный парк «Куршская коса»).

3. Проект ТАСИС «Пилотные предпроектные изыскания для изучения возможностей использования заброшенных промышленных объектов для целей водного туризма» (2003/061—156, 061—156/91).

4. Проект ТАСИС «Центр «Чайка» — российский компонент стратегии развития Балтийского региона Европы» (2003/061—131, 061—131/90).

5. 1998 год — «Разработка концепции развития экотуризма и охраны природы для Национального парка «Куршская коса». Финансирование проекта осуществляли: Европейская комиссия, Агентство по охране окружающей среды Дании, Агентство по развитию международного сотрудничества Швеции, Фонд охраны дикой природы Германии.

6. 2002 год — проект «Завершение строительства велосипедной дорожки по побережью Балтийского моря». Грант института исследований «Восток-Запад».

7. 2003 год — проект создания «Международного Виштынецкого парка». Участники проекта — администрация Нестеровского района Калининградской области РФ, Вилкавишское самоуправление, региональный парк «Вейсея» (Литовская Республика), ландшафтный парк пуци Ромитской (Республика Польша). Грантодатель — МИД Дании.

**VIII. Перечень перспективных международных проектов
в туристско-рекреационной сфере
Калининградской области, возможных
для совместной разработки
в рамках международного сотрудничества**

1. Содействие экономическому развитию балтийских стран и Калининградской области РФ через программы экотуризма (описание веломаршрутов, строительство велодорожек и обустройство стоянок, издание карт маршрутов, организация международных велосипедных пробега).

2. Модернизация сети международных автобусных и железнодорожных линий в регионе Балтийского моря для туризма и бизнеса.

3. Создание и продвижение совместных приграничных туристских маршрутов и турпродуктов, например:

- Балтийский янтарный путь: наследие, туризм, промыслы;
- Королевский путь;
- Средневековые замки в регионе Балтийского моря;
- Путь паломника (обустройство креста Святого Адальберта) и т. д.

4. Обустройство водного пограничного пункта пропуска «Рыбачий—Нида».

5. Изучение возможностей развития водного туризма — маркетинговые исследования, описание совместных водных туристских маршрутов, подготовка карт, проспектов, обустройство стоянок и марин, проведение международных регат и т. д.

6. Развитие туризма и повышение квалификации менеджмента в городах приморской зоны Калининградской области.

7. Разработка стратегии маркетинга развития туризма в Калининградской области, проведение маркетинговых исследований, подготовка маркетологов.

8. Разработка программы приграничного сотрудничества в сфере туризма с Литовской Республикой и Республикой Польша.

9. Создание сети информационных центров на территории Калининградской области и интеграция их в российскую и европейскую сеть.

10. Разработка индикативного плана развития инфраструктуры приграничных районов Калининградской области.

11. Сохранение исторического наследия в Калининградской области через развитие культурно-событийного туризма — проведение в приморских городах совместных конференций, workshop туристических фирм одновременно с культурными событиями (пенэры художников, музыкальные фестивали).

12. Проведение консалтинговых семинаров по подготовке специалистов инфраструктуры туризма (гостиничное хозяйство, сельский туризм и др.).

13. Развитие туристического потенциала в бассейнах рек Неман, Лава, Шешупе, Красная.

14. Восстановление старого почтового тракта на Куршской косе (с целью использования его в дальнейшем для строительства велосипедных дорожек).

15. Обустройство пляжей Балтийского моря с целью получения международного сертификата «Синий флаг».

16. Проведение конкурса средств размещения, находящихся на приграничной территории, с целью повышения качества предоставляемых услуг и получения сертификата «Зеленый ключ».

Мировой опыт наглядно свидетельствует, что участие в инвестиционных туристических проектах дает новые возможности для развития регионов, способствует социальной и деловой активности путем создания эффективных механизмов финансирования туристских инициатив.

Кроме этого, само специфическое географическое положение Калининградской области предопределяет необходимость установления добрососедских отношений и развития взаимовыгодного сотрудничества с нашими зарубежными партнерами.

В.С. Корнеев,
зав. кафедрой социально-культурного сервиса
и туризма, проректор по экономическим вопросам
РГУ им. И. Канта,
Е.В. Горина,
аспирантка РГУ им. И. Канта

УСТОЙЧИВЫЙ ТУРИЗМ КАК СПОСОБ СОХРАНЕНИЯ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

Туризм во многих странах признается приоритетной отраслью национальных экономик. По прогнозам специалистов, XXI век — это век туризма в общемировых масштабах. При этом, уникальные культурно-исторические объекты, привлекающие туристические потоки в отдельные регионы, становятся практически синонимами слов «прибыль» и «выгодный бизнес».

Калининградская область, имея неповторимую историю, исключительное географическое положение, должна реализовывать существующий потенциал для превращения туризма в высокодоходную и динамичную отрасль, содействующую развитию региональной экономики, увеличению занятости населения и удовлетворению потребностей граждан в отдыхе, познании истории и культуры.

Именно исторический, а точнее, историко-культурный, потенциал является основой познавательного туризма; он представлен на территории Калининградской области различными видами памятников, мемориальных мест, музеями, а также сочетанием объектов материальной и духовной культуры. Историческая тематика всегда пользуется и будет пользоваться повышенным вниманием как у российских, так и у зарубежных туристов, посещающих Калининградский регион. На территории области около 1800 объектов историко-культурного наследия. Из общего количества существующих культурно-исторических объектов выделяется 28 памятников федерального значения и 758 – местного. Из приведенных данных видно, что ограниченное количество объектов имеет статус памятников истории и культуры федерального значения. Хотя, с другой стороны, федеральный статус культурно-исторического памятника может затруднить использование его как объекта туризма, что связано с проблемами финансирования федеральных объектов из средств региональных и местных бюджетов.

На территории области достаточно разнообразен видовой культурно-исторический потенциал объектов, который представлен архитектурными, археологическими, садово-парковыми памятниками, а также памятниками истории, искусства, что позволяет развивать в регионе разнообразные сегменты туристического рынка. Необходимо также отметить, что продолжается постоянная работа по выявлению новых памятников, прежде всего археологических и архитектурных, а также по изучению потенциала данных объектов.

Согласно Ю. Дмитриевскому [2], историко-культурное изучение потенциала определенных страноведческих объектов (в

нашем случае объект интереса — анклавная территория Калининградской области) включает в себя несколько обязательных этапов:

- 1) изучение гражданской и военной истории;
- 2) изучение историко-архитектурного аспекта развития области, выявление архитектурных стилей;
- 3) изучение наиболее важных и интересных для туристов памятников архитектуры;
- 4) изучение процесса развития духовной культуры (в том числе и в ее взаимоотношениях с иными культурами), характеристика основных этапов ее развития;
- 5) изучение творчества крупнейших представителей науки, культуры и искусства, характеристика их творческого и научного наследия.

На базе имеющегося культурно-исторического потенциала Калининградской области для развития туризма и привлечения дополнительных туристских потоков необходимо разработать и внедрить специализированные туристические программы. Несомненно, что, помимо использования таких туристических программ в чистом виде, должны воплощаться в жизнь и комбинированные программы, сочетающие различные виды туризма. При разработке программ развития туризма обязательным условием является учет влияния роста туристских потоков на сохранность культурно-исторических объектов для будущих поколений.

Влияние туризма на окружающую среду, в том числе и на историко-культурное наследие, заслуживает особого внимания, так как в процессе организации и реализации тура задействовано большое количество различных субъектов: туроператоры, турагенты, гостиницы, транспортные предприятия, предприятия общественного питания и т. д. Все это заставляет задуматься о возможных путях снижения негативного влияния туризма и грамотной организации работы в этой отрасли с учетом концепции устойчивого развития.

Принцип устойчивого туризма, предложенный еще в 1988 году Всемирной туристской организацией, предполагает, что ус-

тойчивый туризм ведет к управлению всеми ресурсами таким образом, что экономические, социальные и эстетические потребности могут удовлетворяться при одновременном сохранении культурной самобытности, основных экологических процессов, биологического разнообразия и систем поддержания жизни [2].

В настоящее время принципы концепции устойчивого развития в туризме являются одними из основополагающих при разработке всех планов развития отрасли как в России, так и за рубежом. В списке ключевых индикаторов устойчивого туризма, предложенной Всемирной туристской организацией, имеются и индикаторы, отражающие степень использования и нагрузку на туристские ресурсы, которые могут быть применены и в отношении культурно-исторических ценностей.

Ясно, что антропогенное воздействие туристской индустрии на историко-культурное наследие велико, и оно имеет как положительные, так и отрицательные последствия. С одной стороны, неограниченный доступ туристов к историко-культурным объектам и их интенсивное использование в туристских целях ухудшает их состояние. Особенно это касается наиболее древних или плохо сохранившихся памятников, массовый туризм способствует еще большему их разрушению. Часто сами туристы осознанно наносят вред историко-культурным объектам, проявляя вандализм, нелегально вывозя предметы старины, загрязняя территорию. Иногда желание туристов приобрести сувениры и подарки может стимулировать продажу предметов, имеющих культурную и историческую значимость, и даже их незаконный оборот. Также негативное влияние оказывает и использование транспорта в туристских целях. Например, в крупных европейских городах автобусы с туристами, подъезжая к зданиям, имеющим историческую ценность, загрязняют их стены выхлопными газами. Именно такая проблема возникла несколько лет назад с Собором Парижской Богоматери (Париж). В связи с этим были приняты ограничительные меры, и теперь автобусам запрещено останавливаться вблизи этого памятника архитектуры.

Положительное влияние развития туризма на историко-культурные ценности проявляется в том, что желание сохранить постоянные турпотоки и поддержать развитие туристического бизнеса в регионе поощряет местные власти инвестировать средства в реконструкцию и восстановление различных историко-культурных памятников, которые являются объектами туристского показа или потенциально могут ими стать [6]. Об этом свидетельствует опыт восстановления Кафедрального собора, Королевских ворот и ряда других объектов, которые стали центром притяжения туристов. Также наличие историко-культурных ценностей повышает имидж региона, в котором они находятся, и его туристскую привлекательность.

Развитие устойчивого туризма подразумевает качественный, а не количественный рост. Это означает, что он должен быть экологически и социально совместим и экономически эффективен. Историко-культурные объекты являются важной составляющей туристического процесса, и сохранение и поддержание их качества — необходимое условие развития устойчивого туризма.

Список литературы

1. Говорушко С. Рекреационный пресс // Экология. Культура. Общество. Экотуризм. 2003. № 5.
2. Дмитриевский Ю.Д. Туристские районы мира: Учебное пособие. Смоленск, 2000.
3. Культурная политика Калининградской области. Калининград, 2001.
4. Туристы, не дышите на фрески! // Эхо планеты. 1988. № 38.
5. Устойчивое развитие туризма: Доклад Генерального секретаря Организации Объединенных Наций. 2003.
6. Храбовченко В.В. Экологический туризм: Учебно-методическое пособие. М.: Финансы и статистика, 2003.
7. Hardy A., Beeton R., Pearson L. Sustainable Tourism: An Overview of the Concept and its Position in Relation to Conceptualisations of Tourism // Journal of Sustainable Tourism. 2002. Volume 10. № 6.
8. Mastny L. Redirecting International Tourism // State of the World 2002. New York, London, 2002. P. 102.

Е.Е. Коткин,
*заместитель министра экономического
развития Республики Карелия*

**МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО РЕСПУБЛИКИ КАРЕЛИЯ
В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

Работа Министерства экономического развития Республики Карелия (РК) по регулированию развития туризма ведется в рамках республиканской целевой программы. В Республике Карелия была принята и реализована республиканская целевая программа «Развитие туризма в Республике Карелия на 2000—2002 годы». Общий объем финансовых средств составил 8,6 млн рублей.

В 2003 году принята республиканская целевая программа «Развитие туризма в Республике Карелия на 2003—2006 годы». Программа включает в себя следующие разделы:

- совершенствование научной базы туризма;
- совершенствование системы государственного регулирования и планирования развития туризма;
- рекламно-информационное обеспечение отрасли;
- совершенствование системы подготовки туристских кадров;
- нормативно-правовая область.

В условиях недопоступления бюджетных ассигнований (так, по итогам 2003 года фактическое финансирование составило 1429,4 тыс. рублей — 52,1 % от предусмотренных Программой 2745 тыс. рублей; по итогам 2004 года — 909 тыс. рублей — 17,5 % от запланированных 5650 тыс. рублей), Госкомспорттуризмом РК и Минэкономразвития РК выполнены практически все мероприятия первого года Программы, в том числе — за счет активного привлечения внебюджетных средств.

Министерство экономического развития Республики Карелия оказывает инвесторам организационно-методическую поддержку в вопросах бизнес-планирования, землепользования, получения кредитов (в том числе бюджетных), налоговых льгот и т. п.

Активизировалась предпринимательская деятельность в области инфраструктуры туризма практически во всех районах республики, на территории которых сосредоточены основные объекты туристского показа и зоны развития специализированных видов туризма.

Объем инвестиций в инфраструктуру туризма РК составил в 2003 году 200 млн рублей, что на 29 % превышает уровень 2002 года; в 2004 году — 420 млн рублей (более 100 % прироста). Прогнозируемый объем инвестиций в 2005 году — 450 млн рублей.

В условиях дефицита внутренних источников развития отрасли действенным механизмом ресурсного обеспечения процесса государственного регулирования продолжает выступать международное и межрегиональное сотрудничество.

Развитие международного и межрегионального сотрудничества Республики Карелия в сфере туризма является одним из приоритетных стратегических направлений деятельности Министерства экономического развития. В последнее десятилетие существенно возросла и видоизменилась роль международных контактов на уровне руководителей региональных и национальных органов власти, ответственных за развитие туризма, ученых, лидеров туристского бизнеса и общественных организаций. Международные проекты и программы в сфере туризма все отчетливее выступают в качестве эффективного инструмента взаимообогащения и взаимопроникновения культур разных народов, обмена опытом успешной организации туристской деятельности и регулирования развития туристской отрасли экономики. Карелия — российская транзитная территория на границе с Евросоюзом с самой протяженной линией границы (более 700 км). Развитие международного сотрудничества в сфере туризма дает Карелии дополнительные возможности для повышения качества туристского обслуживания, превращения туризма в один из мощных факторов социально-экономического развития территории, в том числе за счет привлечения иностранных инвестиций.

Заманчивые перспективы международного сотрудничества открываются только при условии, если стороны преодолеют трудности, связанные со взаимной адаптацией законодательств, регулирующих данный вид деятельности, принципов ведения дел, а также с материальными и информационными ресурсами. Немало прекрасных проектных идей не смогло найти применения из-за того, что стороны не поняли условия, в которых работает их партнер. Госкомспорттуризму РК, Минэкономразвития РК удалось преодолеть эту основную трудность.

Активно разрабатываются и реализуются туристские проекты по программам ТАСИС, Совета министров Северных стран, РОЛЛ, Фонда дикой природы, Баренц-секретариата, «Евразия». Всего за последние 7 лет реализовано более 90 совместных проектов, так или иначе связанных с развитием туризма.

Основные направления международных проектов:

- разработка стратегий развития туризма;
- развитие взаимодействия между органами государственной власти и предприятиями туристского рынка;
- организация межрегионального сотрудничества;
- развитие туризма в городах и районах республики;
- информационно-рекламное продвижение турпродуктов;
- обучающий компонент (подготовка кадров);
- внедрение новых информационных технологий;
- разработка новых турпродуктов.

При поддержке международных фондов и программ в системе регулирования туристской отрасли Республики Карелия активно внедрялись новые информационные технологии. В рамках Большого СВС — проекта ТАСИС «Развитие приграничного туризма в российской части Баренцева Евро-Арктического региона» с бюджетом 1,1 млн евро — в г. Петрозаводске был создан первый на Русском севере Информационный туристский центр, открывший новые возможности для развития туристского бизнеса Карелии. В 2002 году ИТЦ начал свою деятельность, открылся туристский Интернет-портал (www.ticrk.ru). Информационные туристские центры в рамках данного проекта открыты в Мурманске и Архангельске.

Важное значение для развития туристской отрасли республики имеют следующие проекты:

— большие СВС-проекты ТАСИС: «Развитие приграничного туризма в российской части Баренцева Евро-Арктического региона» (бюджет 1,1 млн евро) совместно с Мурманском и Архангельском, «Управление лесными ресурсами на Северо-Западе России: Карельский проект» (бюджет 2,5 млн ЭКЮ), «Развитие особо охраняемых природных территорий в приграничной полосе Республики Карелия» (бюджет 3,5 млн евро), визит-центр в Паанаярви, проект строительства МАПП «Суоперя-Кортесалмих (бюджет 6 млн евро);

— малые проекты ТАСИС: «Развитие рыболовного туризма в районе реки Хиитола», «Развитие водного туризма на реке Янисйоки», «Природный туризм как инструмент, развития Муезерского района и защиты природы», «Четыре сезона в Калевале — проект по развитию продуктов и маркетингу культурного и природного туризма», «Развитие сельского туризма на основе использования природных и культурных ресурсов» (Медвежьегорский и Пудожский районы). «Создание единой информационной сети музеев — Карельские каникулы»;

— проект Интеррег II В «Каспнет»: Карельско-Атлантическая сеть пространственного развития вдоль международного маршрута «Голубая дорога».

Важными составляющими международного сотрудничества в сфере туризма в 2003—2005 годах стали развитие систем туристского образования и регулирования туристской деятельности на территории Республики Карелия, научное и кадровое обеспечение отрасли, разработка новых карельских туристских продуктов и их рекламно-информационное продвижение, формирование единого информационного туристского пространства и создание сети информационных туристских центров.

В республике создана развитая система туристского образования: начального, среднего специального, высшего, дополнительного. Средства международных программ привлекались на совершенствование учебных программ, компьютерное оснащение образовательных учреждений, пополнение фондов

учебной литературы и наглядных пособий, подготовку преподавателей, создание системы дистанционного образования в сфере туризма, расширение возможностей для прохождения учебной практики за рубежом и студенческих обменов.

Разработаны туристские карты регионов Русского Севера по пяти разделам: «Особо охраняемые природные территории», «Район Белого моря», «Средства безопасности для туристов», «Туристские достопримечательности», «Дорожная инфраструктура»; опубликованы информационно-маркетинговые материалы о туристских ресурсах городов и районов Республики Карелия, в том числе приложение «Карелия туристская и спортивная» к газете «Карелия».

Одним из направлений международного проектирования является развитие инфраструктуры туризма. Так, существенным укреплением туристской инфраструктуры национального парка «Паанаярви» стало открытие визит-центра парка (1,5 млн евро из бюджета проекта ТАСИС «Развитие особо охраняемых природных территорий в приграничной полосе Республики Карелия»). Созданы объекты туристской инфраструктуры в Национальном парке «Водлозерский». Для организации туристских маршрутов приобретались спортивное и туристское снаряжение, средства транспорта.

В последние годы международные проекты были направлены на поддержку деятельности районных и городских администраций по развитию туризма, созданию туристских маршрутов, подготовке специалистов, разработке информационно-маркетинговых материалов и учебных пособий, продвижению туристских продуктов, строительству объектов малой туристской инфраструктуры, реконструкции сельских домов, внедрению новых информационных технологий. Летом 2003 года создан второй в республике и первый районный Информационный туристский центр в пос. Калевала. Созданы информационные туристские центры в Чупе, Сортавале, НП «Паанаярви» и «Водлозерский». Планируется их создание в других районных центрах: Пряже, Костомукше, Кемь, Лоухах, Лахденпохья.

В 2004 году Европейской комиссией одобрен к финансированию малый проект ТАСИС «Создание международного образовательного туристского центра в Лоухском районе», начата реализация большого СВС-проекта ТАСИС «Развитие туризма на северо-западе России».

Проекты, которые реализуются в районах республики в настоящее время:

1. «Неаграрное развитие сельской местности в Республике Карелия» — Олонецкий, Пряжинский, Питкярантские районы (Общество сельского развития губернии Вестерботтен, Швеция, местные администрации районов).

2. «Развитие сельских территорий на юге Карелии» — Олонецкий район (Шведское отделение Фонда дикой природы).

3. «Национальные парки для всеобщего блага» — Национальный парк «Водлозерский» (Совет министров северных стран).

В 2005 году готовятся заявки на несколько новых международных проектов в сфере туризма: «Развитие местных сообществ посредством усовершенствования ресурсов сельского туризма в Пряжинском районе», «Северное сияние: развитие водного туризма на Северо-Западе России», «Белая дорога туризма», «Подготовка кадров для индустрии туризма».

Опыт развития международного сотрудничества в сфере туризма Республики Карелия изучается администрациями и научными учреждениями Санкт-Петербурга, Москвы и других российских регионов. В 2001 году Министерством экономического развития и торговли РФ Республика Карелия наряду с Калининградской областью среди субъектов Северо-Запада РФ были признаны регионами, наиболее активно развивающими туризм. В 2002 году организацией «Европейский регион года» принято решение о номинации Республики Карелия в качестве Европейского региона 2003 года, чему в немалой степени способствовало и международное сотрудничество в сфере туризма.

Е.Г. Кропинова,
доцент кафедры социально-культурного сервиса
и туризма РГУ им. И. Канта,
И.И. Жуковский,
администратор БалтМИОНа РГУ им. И. Канта

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО ТУРИЗМА
В КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ**

Культурно-исторический туризм составляет значительную долю в распределении туристов по целям путешествия в мировых туристических потоках. Он дает представление туристам о культурно-историческом наследии региона. Средняя плотность исторических достопримечательностей в Калининградской области самая высокая в России — более 100 на 1 км² (табл. 1). Уникальная история региона придает этому виду туризма особую популярность и делает его перспективным.

Таблица 1

Историко-культурные объекты региона [, с. 52]

Вид памятника	Федерального значения	Местного значения	Вновь выявлено	Всего
Архитектурные	15	328	812	1155
Археологии	3	144	183	330
Истории	9	220	66	295
Искусства	1	49	6	66
Садово-парковые	-	17	-	17
<i>Итого</i>	28	758	1067	1853

Можно выделить следующие направления развития культурно-познавательного туризма: знакомство с гражданской и военной историей (табл. 2), историко-архитектурное развитие региона, богатого архитектурными памятниками различных стилей и эпох; посещение знаменитых памятников архитектуры; знакомство с процессом развития культурных ценностей и

межкультурных отношений; исследование работ знаменитых деятелей науки, культуры и искусства.

Таблица 2

Основные объекты гражданской и военной истории региона

Исторический период	Объекты
Донемецкий (пруссский, или западнобалтийский)	Погребения, древние поселения (в основном на Самбийском полуострове)
Немецкий (XIII век — вторая половина XX века) — тевтонский период; наполеоновские войны; Первая и Вторая мировые войны	Замки (Бальга, Тапиау, Нойхаузен, Лабиау, Инстербург), кирхи, фортификационные сооружения, поля сражений, монументы, другие исторические сооружения и места
Советский период	Порты, предприятия (янтарный карьер и янтарный комбинат), памятники

История региона тесно связана со многими именами выдающихся исторических личностей и царствовавших особ: верховного жреца пруссов Брутена, магистра Тевтонского ордена Зигфрида фон Фейхвангена, короля Оттокара II (основателя Кенигсберга), короля Фридриха I, герцога Альбрехта Гогенцоллерна (Бранденбургского), основателя Альбертины — Кенигсбергского университета; короля Швеции Карла Густава; Великого курфюрста Фридриха Вильгельма; российского императора Петра I; королевы Луизы; императора Александра I, подписавшего в 1807 г. в Тильзите (г. Советск) мирный договор с Наполеоном, и т. д.); полководцев (А.В. Суворова, М.И. Кутузова, П.И. Багратиона, М.Б. Барклая-де-Толли, И.Д. Йорка, Н. Гнейзенау, Г. Шарнхорста, А.В. Самсонова, И.Д. Черняховского, А.М. Василевского и др.); ученых (философов И. Канта, И. Фихте, математиков Л. Эйлера, К. Якоби, Д. Гильберта, астронома Ф. Бесселя, физиков Р. Кирхгофа и Ф. Неймана, физиологов К. Бэра и Г. Гельмгольца), поэтов и

писателей (Ф. Шиллера, С. Даха, Э. Гофмана, К. Донелайтиса, И. Бродского).

Отдельный пласт историко-культурного наследия — история переселенцев. Герцог Альбрехт приглашал подвергавшихся гонениям у себя на родине ученых и художников из Шотландии, Силезии, Богемии, Нидерландов. Следует отметить еще довольно важную волну переселенцев — иммиграция гугенотов из Франции в конце XVII века. После окончания Второй мировой войны все местное немецкое население было депортировано. К 1948 г. на этой территории проживало уже около 390 тыс. переселенцев из России и Белоруссии. Последняя волна иммиграции была вызвана изменениями геополитической ситуации в Европе и Азии в 90-х годах XX века.

Основными центрами культурно-познавательного туризма являются Калининград (Кёнигсберг), Светлогорск (Раушен), Черняховск (Инстербург), Советск (Тильзит), Балтийск (Пиллау) и др.

В регионе насчитывается 15 музеев и галерей — Музей Мирового океана (федерального значения), Историко-художественный музей, Музей янтаря, Художественная галерея и т. д. 5 театров (3 драматических театра, музыкальный театр и кукольный театр), 5 парков культуры и отдыха (в т. ч. Парк скульптуры в Калининграде). К 750-летию юбилею город пополнился еще одним историческим музеем — в здании отреставрированных Королевских ворот. По данным о посещаемости музеев, количество посетителей в зимний период составляет около 100 человек в день (в основном местные жители), а в летний период эта цифра достигает 700—1000 человек ежедневно.

Основные туристские потоки в культурно-познавательном туризме составляют туристы из России (Москва и Московская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область, Урал и Западная Сибирь), внутренние туристы, а также посетители из Германии, Скандинавии, Литвы, Польши.

Вместе с тем в качестве факторов, тормозящих развитие культурно-исторического туризма, можно отметить неудовлетворительное состояние большинства объектов истории и культуры, отсутствие подъездных путей к ним, отсутствие финансовой поддержки энтузиастов, работающих над восстановлением культурного наследия региона; слабая государственная политика, направленная на поддержку культурно-исторического потенциала; отсутствие интереса со стороны инвесторов к развитию исторического туризма и др. Все это стало причиной того, что из 1800 культурно-исторических объектов, находящихся на территории области, только 250 можно использовать для показа, а фактически для посещения туристами используют не более 60.

Для дальнейшего развития этого вида туризма и рекреации необходимы:

- реконструкция действующих и создание новых центров привлечения туристов (реконструкция исторических мест городов и поселков, историко-культурных объектов, организация выставок, посвященных иммиграции, развитие этнографического туризма, открытие новых мемориалов и памятников);

- включение археологических объектов в программы экскурсий;

- развитие экскурсионного, ностальгического, этнографического туризма на основе существующих культурно-исторических объектов, развитие событийного туризма на базе культурно-исторического наследия;

- развитие производства сувенирной продукции, отражающей культурно-исторические особенности региона и содержащей его символику;

- развитие вспомогательной инфраструктуры (сувенирные магазины, предприятия общественного питания, средства размещения, фотомастерские, транспортная инфраструктура), развитие территорий вокруг историко-культурных объектов;

- создание новых турпродуктов на базе историко-культурного потенциала:

— *спорт* (плавание, пейнтбол, игры, связанные с какими-либо историческими событиями, езда верхом, прогулки под парусом);

— *познавательные экскурсии* (история фортификации, кирх, история юнкерской экономики; при этом это необходимо разделять по целевым группам российских и иностранных туристов);

— *подготовка и обучение* (спорт, езда верхом, фехтование, иностранные языки);

— *события и развлечения* (карнавалы, рыцарские турниры, ролевые игры, посвященные определенным историческим событиям региона, фестивали фольклорной музыки, праздники пива и т. д.);

— *хобби, досуг* (охота, рыбалка, рукоделие, туры и поездки для коллекционеров);

— *этническая и семейная жизнь* (изучение и исследование различных аспектов этнических групп, проживавших на территории региона в течение его истории);

— *свадьбы*;

— маркетинг культурно-подзнавательного туризма Калининградской области;

— восстановление существующих и создание новых международных туристских маршрутов, таких как «Янтарный путь», «Ганзейский путь», «Путь из варяг в греки» и т. д.

Реализовывать идеи по привлечению туристов можно постепенно, для этого не требуются колоссальные капиталовложения. Например, место древнего поселения недалеко от поселка Сиренево могло бы быть использовано как основа для реконструкции этнографической деревни и как место проведения фестивалей. Деревянная крепость, восстановление которой не представляет особого труда, находилась здесь много лет назад. По оценке археологов, для такой реконструкции необходимо в течение 3—4 лет провести ряд раскопок, каждая из которых оценивается в 5000 долларов. Четвертая часть этой крепости может быть воссоздана по результатам одного ар-

хеологического сезона. Необходимо отметить, что эта крепость может быть включена в туристские маршруты даже в период ее реконструкции.

По расчетам экспертов, культурно-познавательный туризм может привлечь в Калининградскую область большое количество туристов, в том числе:

а) экскурсионные туристы (40—50 тыс. чел.), значительная часть которых — транзитные туристы, останавливающиеся на 1—2 дня во время проезда по международным туристским маршрутам;

б) рекреанты (туристы, прибывающие на курорты с лечебно-оздоровительными целями — около 100 тыс. чел.), посещающие культурно-исторические объекты как организованными экскурсионными группами, так и самостоятельно;

в) деловые туристы (около 30 тыс. чел.), посещающие культурно-исторические объекты самостоятельно или участвующие в экскурсиях, организованных принимающей стороной;

г) внутренние туристы (основная часть — с образовательными целями в составе организованных групп).

Развитие культурно-познавательного туризма может позитивно повлиять на следующие секторы экономики: сфера услуг, строительство, культура, производство сувенирной продукции (в т. ч. янтарная промышленность), наука (история, археология, культурология, социология, этнография), образование, коммунально-бытовые услуги, сельское хозяйство.

Список литературы

1. *Государственная программа развития туризма и рекреации в Калининградской области на 2002—2006 гг.*//Российская газета. 2002. 12 июня.
2. Кретинин Г.В., Брюшинкин В.Н., Гальцов В.И. и др. *Очерки истории Восточной Пруссии*. Калининград: Янтарный сказ, 2002.
3. *Культурная политика Калининградской области*. Калининград, 2001.

Tadeusz Palmowski,
*professor of Gdansk University,
Poland*

DEVELOPING «HISTORICAL» TOURISM ON THE VISTULA LAGOON

В статье рассматриваются особенности развития исторического туризма на Вислинском заливе (Польша). Приведена классификация исторических объектов с точки зрения их туристической ценности. Уделено внимание перспективным направлениям приграничного сотрудничества северо-восточной части Польши и Калининградской области России в сфере исторического туризма.

The north east part of Poland is a highly attractive area for tourism in result of both the varied natural environment and wealth of material culture. Looking at the fundamental drive for tourist traffic, we can distinguish:

- recreation related tourism, aimed at physical and psychic regeneration,
- landscape related tourism, meeting cognitive needs,
- specialised tourism, for practicing qualified tourism.

The most attractive in terms of landscape tourism, apart from the natural environment itself, is the anthropogenic aspect, i.e.:

- Museums — archaeological, biographical, art and art collections, museum of martyrdom, specialized, ethnographic, heritage parks, folk art centres,
- Historical structures and architecture,
- Historical and military sites,
- Historical sites of industrial activity and technology,
- Pilgrimage routes,
- Contemporary cultural events [4, p. 86].

Anthropogenic value, which to a large extent belongs to a group called cultural wealth, focuses on historical buildings and structures. Cultural monuments are part of cultural wealth picturing

intellectual achievements of man and the fruit of his work. They are significant for cultural development due to their historical, artistic, scientific and technical value. In the seventies, a detailed inventory and verification of historical objects was made in Poland, on the grounds of value represented by the particular objects. These were grouped into five classes:

- class O includes historical objects of the highest artistic, historical or scientific value on a worldwide scale which can be classified as historical monuments;
- class I includes historical objects and groups of buildings and structures, which are representative of the country, precursory in terms of style, of lesser technical and typological value than the previous group. These, however, are of unique character and big historical value, related to nationwide events, or of significance to all Poles;
- class II includes historical objects and groups of buildings and structures that are representative for the region and though they remain of minor historical or scientific significance they are important for preserving historical urban layouts, originally high class and later converted, nevertheless maintaining, to a large extent, its primary, initial features;
- class III includes historical objects and groups of buildings and structures of average merit, originally high class, but converted and quite common in a given area;
- class IV includes historical objects in poor technical condition, excluding further maintenance or reconstruction as well as objects of minimum value, which are not part of a group of buildings and structures or located within one.

Historical groups of buildings and structures and architectural structures are of special significance for tourist attractiveness and the development of tourist traffic — for both domestic and foreign tourists. As tangible evidence of society's civilisation development, they represent both values specific for a given country or identified cultural circles (e.g. European culture) and universal his-

torical, architectural, cultural, artistic as well as social and spiritual values.

In the latter case, historical groups of buildings and structures and architectural structures inscribed on UNESCO World Heritage List, are covered by special protection and care of restorers' as monuments of the history of humanity as a whole.

At present, Poland has 8 architectural groups of buildings and structures inscribed on this List, which are highly attractive for tourists and are visited by hundreds of thousands of tourists every year. In the Vistula River delta, we can find the Castle of the Teutonic Order in Malbork, lying close to the mouth of the river Nogat. It was added to the World Heritage List in 1997. The Malbork Castle is the biggest medieval stronghold in Europe, a historical monument and a great work of art. It was built by the Teutonic Knights in the period between the end of XIII to the middle of XV century. For 150 years, it served as the capital of the Teutonic State in Prussia. Starting 1457, as part of Poland for a period of over three hundred years, it was used as one of the King's residences and a rich arsenal of the Republic of Poland. Already by the beginning of XIX restoration works were undertaken to reconstruct the gothic image of the Castle. These works lasted, with certain intervals, up to World War II. Seriously damaged in 1945, this historical site was reconstructed as a treasure of the European cultural heritage. The Castle comprised three sets of built structures: the High castle, the Medium castle and the Lower castle. The area of the Lower castle has been adapted to the needs of tourists (parking lot, hotel, restaurant), the old armoury has been converted to function as a modern audiovisual conference hall.

The Castle Museum established in the restored gothic interiors in 1961, holds the richest collection of art objects made of amber, rich collection of gothic art, arms, antique porcelain, pottery, coins and medals. The summer season in Malbork offers a fascinating sight seeing tour of the castle by night with special illuminations and musical background as well as outdoor events called «Light and Sound». You can also participate in «a Walk through Medieval

Times» (where the guide takes a group of tourists round the castle grounds, meeting various guildsmen who explain some of the secrets of their crafts, presenting their goods and tools, where the visitors may try to make simple objects, receive small gifts). Tourists may also participate in a historical party (the scenario for the party takes into consideration the needs and possibilities of the given guests, participants are divided into creative groups and prepare meet with the Great Master at his dinner table).

A cyclic event is organised every year in July called «The Siege of Malbork» — the biggest event of this nature commemorating the great battle round the Malbork stronghold which took place in 1410. It is here that on July 25, 1410, a siege of the stronghold took place which lasted 2 years. Apart from the performance reconstructing the siege led by King Jagiełło, the event includes such attractions as a fair of medieval crafts, knight tournaments, crossbow competitions, plebeian pastimes as well as concerts of old and contemporary music. Malbork is visited by 40—50 thousand tourists who arrive just for this one event.

The Castle in Malbork also hosts numerous educational events providing educational activities for pre school children as well history lessons for teenagers. Secondary school students who belong to the Castle Circle have an opportunity to become familiar with those places in the Castle to which the general public has no access. They may also make their own films.

Music oriented education includes the Thursday Music Nights for young people and music lovers. The museum co-operates with many scientific centres in the country and abroad.

Malbork is among the best known tourist attraction hosting guests from all over the world. The Malbork Castle enjoys, as a historical site, the greatest popularity in Poland with 400—500 thousand guests arriving here every year. (Fig.1)

Another interesting tourist attraction in the Vistula Lagoon is Frombork. The Cathedral Hill in Frombork belongs to one of the more brilliant historical sites of Northern Poland. Many of the original elements of the initial gothic architectural concepts have

managed to survive. The exceptional nature of this place is linked with the figure of Nicolas Copernicus, who for over 30 years remained a canon of the Warmińska Cathedral Chapter. It is here that Copernicus wrote his epoch-making masterpiece *De revolutionibus orbium coelestium*.

The very centre of the hill boasts the cathedral, which was constructed in the years 1330 to 1388 in the gothic style, and having suffered damage was later subject several times to reconstruction works. It features a richly decorated facade and portal as well as precious fittings (stalls, sculptures, paintings, gratings and alters). The body of Nicolas Copernicus has been laid down in the Cathedral vaults. The Cathedral is surrounded by a defensive wall with keeps and towers as well as the Chapter buildings and the former Bishop's Palace, which has been converted into the Museum of Nicolas Copernicus. The highest point of this historical group of buildings and structures is a gothic and baroque bell tower, which today hosts the planetarium. On the top floor there is a viewing deck, 70 m above sea level, offering the panorama of the Vistula Lagoon.

Other places near the Vistula Lagoon that are of historical interest to tourists include such cities as Elbląg and Braniewo as well as a number of smaller towns such as Tolkmick and Kadyny.

One of the most valuable examples of technical historical sites on the Vistula Lagoon is the Ostróda-Elbląg Canal. This Canal is usually mentioned with reference to its unusual slipways (the original solution of transporting vessels over dry land on cradles pulled by a water driven mechanical hoist) — a pioneer and unique worldwide example of hydro technical art of construction.

The Canal, built in the years 1845—1860, links Elbląg and Lake Druzno with Ostróda overcoming a difference of heights reaching almost 100 m along a 9,6 km segment. The total length of the Ostróda-Elbląg Canal route is 127,5 km. On route, ships and yachts pass through five slipways (Buczyniec, Kąty, Oleśnica, Jelenie, Całuny) and four locks (Miłomłyn, Zielona, Ostróda, Mała Ruś). During the entire XIX century, the Canal served economic purposes transporting, among others, agricultural products, timber

and wooden materials from the region of Warmia and Mazury to Elbląg. The originality of the Canal was appreciated by its contemporaries. The Canal and particularly the slipways, became the object of tourist peregrinations as early as in the 60ties of the XIX century, this tendency strengthened with years. The Canal's natural environment and cultural values — technical achievements so important for civilisation heritage — found appreciation as early as in the second decade of the XX century. Today, the Ostróda-Elbląg Canal is the longest and most fascinating, in terms of landscape features and technical solution, waterway of Warmia and Mazury. During the summer season, cruises along the route enjoy great popularity attracting visitors from Poland and abroad. The attraction is promoted, among others, by an annual event for water sports enthusiasts called Canal Trophy.

These three examples of fascinating historical sites by the Vistula Lagoon show solely the Polish side. The Lagoon on the Russian side in the Kaliningrad Oblast also offers a number of extraordinary historical attractions. The area lying on both sides of the Lagoon shares common history and cultural heritage. Though the area experienced political, economic transformations as well as numerous wars, many towns of Northern Poland and the Kaliningrad Oblast were in various periods within the borders of the Teutonic State, later under Prussian rule, today we can still come across fortified monasteries — castles, monuments of past splendour, appealing to the eye and stimulating for our imagination. Both those that are in full splendour today and those in ruins remain the witnesses of the region's history.

The developing cross-border co-operation in the field of history oriented tourism in the region surrounding Gdańsk Gulf and the Vistula Lagoon, between Gdańsk and Kaliningrad, development of joint tourist trails, common promotion of the most interesting historical sites all create an opportunity for numerous potential tourists from all over Europe to discover the region anew. The environment is becoming presently more favourable for developing a more diversified offer of tourist products.

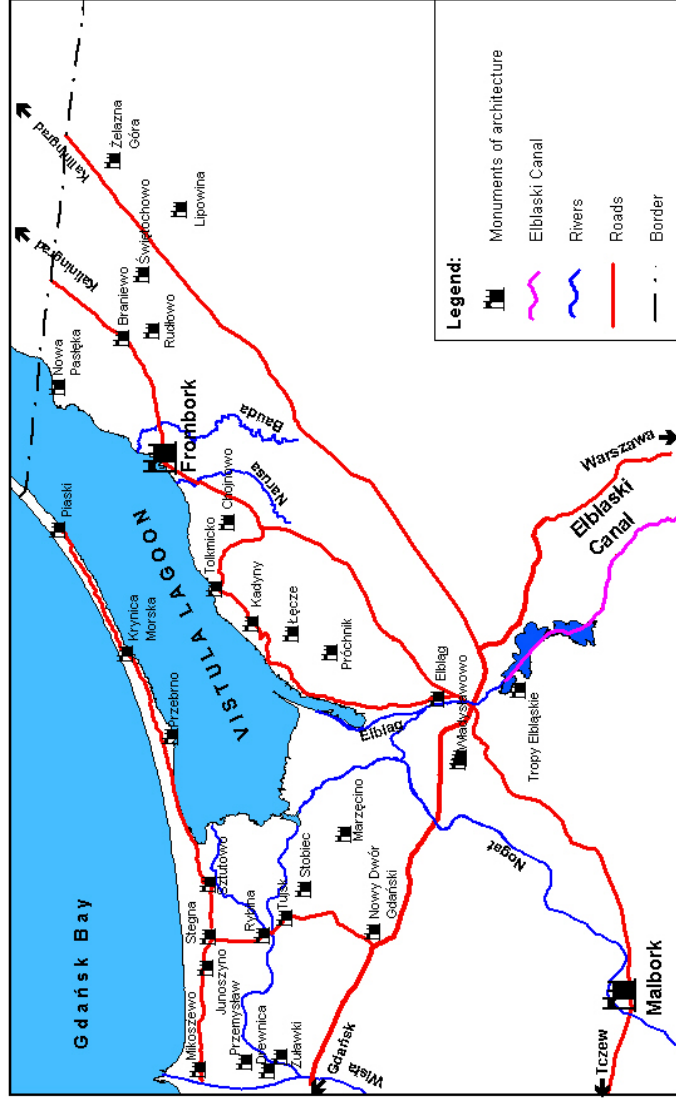


Fig. 1. Monuments of architecture.
Source: A. Olszewska, «Rozwój turystyki nad Zalewem Wiślanym», 2005

Primary measures in this region, so attractive in terms of cultural heritage divided by state borders should, in order to promote development of tourism, focus on co-operation at the strategic level, on joint planning towards developing tourist services, marketing and integration of cross-border tourism with other policy aspects such as development of transport infrastructure services and border crossings.

These measures also find growing support of the Baltic Euroregion, a regional cross-border co-operation structure established in 1998. The main goals of Euroregional co-operations involve, among others, the development of the tourism sector in the trans-border regions, facilitating border traffic, cultural exchange and joint protection of the common cultural heritage.

References

1. *Januszewski S. (ed.). Kanał Ostródzko-Elbląski, Zabytki przemysłu i techniki w Polsce. 5, [The Ostróda-Elbląg Canal, Industry and Technology Related Historical Sites], Fundacja Otwartego Muzeum Techniki, Biuro Studiów i Dokumentacji Zabytków Techniki, Wrocław 2001.*
2. *Kjaergaard T. (ed.). Zamki regionu Morza Bałtyckiego [Castles in the Baltic Sea Region], Stowarzyszenie Zamków i Muzeów, Regionu Morza Bałtyckiego, Malbork 1995.*
3. *Kwiatek J., Lijewski T. Leksykon miast polskich [Lexicon of Polish Towns], Wydawnictwo Muza S.A., Warszawa 1998.*
4. *Lijewski T., Mikołowski B., Wyrzykowski J. Geografia turystyki Polski [Tourism Geography in Poland], PWE, Warsaw 1992.*
5. *Mydel R. (ed.). Atlas Polski [Atlas of Poland], Volume 3 Turystyka i rekreacja, Fogra Oficyna Wydawnicza, Cracow 2003.*
6. *Olszewska A. Rozwój turystyki nad Zalewem Wiślanym [Tourism Development In the Vistula Lagoon area], KGRR UG 2005*
7. *Wanagos B. (ed.). Strategia rozwoju turystyki województwa pomorskiego na lata 2004—2013 [Tourism Development Strategy of the Pomeranian Voievodship for the Years 2004—20013], Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego, Gdańsk 2004.*

**Liliane Bensahel,
Myriam Donsimoni,**
*Pier Mendès France University,
Grenoble, France*

TOURIST GLOBALIZATION AND REGIONAL IDENTITY

В статье туризм рассмотрен в двух измерениях: с позиций всемирной глобализации, с одной стороны, и в свете не менее актуальной в настоящее время региональной идентичности — с другой. Уделено внимание влиянию туризма на региональную экономику и роли туристско-рекреационных (в том числе исторических) ресурсов в этом процессе.

Fernand Braudel (1986) differentiated the world economy and the economy-world. The first expression indicates the world economy. The second expresses a continent constituting a coherent economic set, i.e. a system. The current evolution describes the passage of economy-world in a globalized economy. The current system is based at the end of the East-West disagreements, the superiority of the dollar, an effective international market and a more and more weakly interventionist, but necessary State to insure the coherence of the individual initiatives and the collective commitments. In other words, the process of globalization is inherent structurally to the capitalism. For Elie Cohen (2001), four tendencies structure the new age of the capitalism, namely « the globalization, the return of the property rights, the retreat of the State and the NTIC revolution (new technologies of information and communication). It is in this context that the tourism is an activity which has vocation to develop. Indeed, it involves the free traffic of people and goods in the world and the respect of property rights.

The globalization, is already perceived as the concept of economy-world of Braudel (1979) in its big fresco on the emergence of the capitalism, defines the integration of the productive and com-

mercial activities in a system of global market, in a context of a multiplicity of links and interconnections between States and companies which form the world system.

The world economy has no same sense for everybody, but it differs from the globalization. It implies an extension of economic activities to the space-world. In this context, the globalization applies well to the tourist activities, because it opens numerous potential markets. The globalization, in which States abandon (at least partially) their powers to the private and public international organizations, is more ambiguous, as far as it favors the world strategies, which, little concerned by the sustainable development of regions, sustainable adopt objectives of profitability of tourism financial groups. This concept leads to the concentration of powers and the refusal, by the economic and financial major powers, the local specificities. The question is to know if it is about an irreversible, inevitable and beneficial process, favorable to the world economic development. In the name of the profitability, choices are made independently of territories. In this context, tourism becomes an activity of which the sustainable character of the development is not made priority. In other words, tourist activity is an example of the dichotomy between the process of globalization and the implementation of a sustainable development by tourism. It is in this context that regions have to practice their power, because the tourism is at first a valuation of the patrimony.

What does that means and how it is necessary to understand it in the tourist context? Two steps will be necessary to approach elements of answer to this question.

I — The Globalization of Tourism

Our reflection is based on the analysis and the understanding of the links between the «intellectual» current events of the globalization and the reality on the ground, in a branch of industry which is a real «shop window» of the country.

1-1-The modalities of development of tourism

The explosion of the tourism after the Second World War showed that its economic weight could be very important for the growth of a nation. It is the third world activity today. The tourism (*lato sensu*) represents 10 % of the world GDP, 11 % of the employments and 11 % of the investments at the world level. The tourist globalization constitutes — apparently — a stake in terms of growth of activities and profit. To face the demand which results from it, three solutions can be envisaged:

— **The diffuse entrepreneurial** defines a situation of competition in which a multitude of small artisans and local actors answers in an anarchy way the demand. This strategy meets a logic of continuance with regard to the territory.

— **The tourism regulated by the State intervention** involves heavy investments in a logic of structuralization and rationalization of the supply by a policy of organization (hotels, equipments, roads) and a policy of training. It is a strategy of break with the territory such as it existed before to the project.

— **The «reterritorialisation»** is a development policy which implies an appropriation, by the local populations, of the process of tourist development. In this frame, it is about the transformation of the space on a territory characterized by a specific character, an identity and an atmosphere.

The engine of the construction of the space is outside the territory and its formative function can play whatever the place. From the point of view of the territory dynamics, we speak about creative dependence to mark the importance of the local-global report in the development of a territory. According to this relation and influences which stems from it, a territory creates its own development process. The influence by the global society is perceived as enrichment and it sometimes establishes a necessary electric shock treatment to shake an environment considered traditional, locked into its routine or its problems. It is around that a positive reaction against the initial approval of the local actors can be aroused. So, since it is diffused and accepted, the dependence is not any more a

constraint. It acts as a request, instigation in search of specificity, essential in the differentiation of the territory and in her location within the global society.

1-2-The steps of regulation of the economic activity of tourism

In this process of adaptation, three steps seem necessary. In each of these steps corresponds a formative function or a type of regulation, at first the regulation by the competition, then the regulation by complementarities with an appropriation of the process by the State and the creation of large-scale projects, and finally the regulation by the specificity with the appropriation of the system by the local populations and the research for an identity in the notion of territory.

The first conception borrows the analytical methods of the industrial organisation (Angelier, 1997) as far as first paradigm puts the tourism as an industry. The approach is situated in a mechanical optics. The firms of the tourist industry make an economic estimation to optimize the profitability of the product which is the object of supply and demand on a market. The tourism, considered here as an industry, is then analysed through its economic functions, with a product as a result. The necessary innovation imposes a process which upsets presently techniques and forms of organization of the economic relations, notably via the behavior and the essential role of the various actors.

To this first mechanical approach there is a systematic approach in which firms are integrated into a system, considered by units and relations organized according to ends, endowed with an autonomous dynamics and opened towards other systems. The complementarity is on the base of this system. This second approach takes into account the complexity of the process and makes reference to the principles of regulation, with for result my implementation of a network of services (Bensahel, 1996). The State intervenes in the organization, virgin sites are then equipped, «poles of growth» (François Perroux, 1962) structure the space and impose an another system. The tourist activity is analyzed under its

formative function. The method is based on the necessity of a readjustment in the regional development. The context is a formative heavy industry which marks a break with the local environment. The test of strength which ensues from it has to make the local population react and it lead gradually to a appropriation of its «territory».

The process of the appropriation leads to the third mode of regulation articulated around the research and around the valuation of a specificity, central axis of an effective strategy, in a sustainable development methodology. It is made reference to the symbolic function of the tourist activity in educational terms, the valuation, the respect, and the sector-based, spatial and temporal symbiosis. This approach makes the hypothesis according to which the problems of evolution do not depend only on a commercial, matter, but the origin of which must be looked for in a combination of factors belonging so much to the very system (research for a specificity), that in the evolution of the market and in the economic and political context in which it is situated in terms of sustainable development).

Every region, every territory has specificities. A diagnosis has to identify the potential resources and the competitive advantages which are going to differentiate an area and differentiate to define factors of its attractiveness and to direct its offer. Colletis and Pecqueur (1994) presented a typology which distinguishes the resources (factors to be revealed or to be organized) and assets (factors of production in services) according to their specific or generic nature. The resources or the assets are generic when their value of existence or market does not depend on their participation in a precise process of production: a mountain is a generic resource (cf. the latent resources of Hirschman, 1969). An asset is specific when its value is connected with a precise localization and a particular economic and social environment (Williamson, 1985). The building of a station with the creation of a museum on habits and customs of the region, site of observation of birds or specific flowers in the region correspond to specific assets. So a generic asset can become a specific asset by acquiring a specific aspect, the evolution raising

more from the qualitative than quantitative register. It is the degree of transferability (cost of transfer) that determines the specificity. The less an asset is specific, the more its transfer is easy and little expensive. The creation of specific assets is going to have for consequence to fix companies and thus to anchor the activities in the territory. The competitive advantage will then be based on the «character» of the territory and on the effects of nearness.

1-3-The tourism strategy based on the territorial identity

In the current context of a harsh competition, a space has to base its strategy of development on the assertion of «identity» on which will be build itself (or will reconstruct) the territory. The interest of a reasoning in terms of «territory» *lives* in the reflex of membership and protection, connected with this notion and to the reality which it recovers. Indeed, in situation of competition, every agent maintains a space of security to protect his interests of any intervention. In a territory, the critical distance governing *relations* between the various actors decreases, in order to define better its common interests. But «it is not because the actors have bound interests that they have for all that the same objectives « (Gerbaux, 1999). The membership in a specificity can then constitute a collective objective susceptible to favor the construction of the territory.

The central argument of the methodology is based on the notion of space, of which is not neutral, the reference axis becoming then the territory. The tourist territory presents the peculiarity of a space of which the natural characteristics became economic resources. They have nothing specific, the specific resources being only virtual! They do not exist in themselves, they appear as specific when they are connected to a project. They must be integrated into an «atmosphere» such as it described the Marshall Islands in the example of the industrial districts. So, while the specific and generic assets can exist somewhere else — because although not transferable, we can however reproduce them — the specific resources are neither transferable nor reproducible; they guarantee the exclusivity.

However, a development strategy based on the specificity contains a high risk of irreversibility and the conversion of activities in case of a serious crisis can raise problem. So, it is important that the competitive advantages could be based largely on informal relations and on a particularly strong synergy to create a «mood» or a «atmosphere». The strategy must be centred on activities with strong added value, rooted in the territory. So that the cohabitation takes place well, the territory must be «strong». The territory force and its capacity of innovation vary in time because of its means of production and their economic profitability. So a territory can be characterized by different situations: force, fragility, disintegration and reorganization under another shape, what is widely going to influence the process of development.

The globalization imposes the unique thought, it is based however on the variety of regions, on the originality of the patrimonies and on the territory force

II-Tourism and Regionalization

The local and the global environment have, according to Bernard Pecqueur (2000), crossed evolutions. The territorialisation makes variety and specification opposite to the globalization. The notion of country imposes the local development as a sustainable development potential. In the same way, the international tourism needs a local anchoring for three reasons:

— The tourism is based on a set of services. Value creation in the service is made by the link between the professionals and the users. The notion of nearness is essential. The relational capital and the human resources or the collective intelligence (Portnoff, 2002) are then essential elements in the value chain.

— The tourism is based on a patrimony in the broad sense (natural, historic, cultural, but also human) which strengthens the necessity of a nearness, a territorial identity.

— In order that the tourist activity can go further time «without killing «the goose that lays the golden eggs», that is without putting in danger the patrimony on which it rests, this patrimony has

to be dynamic, that is integrated into the day to day life of the territory people.

This approach brings us to use various notions:

— That of tourism as set of services; it is a question of applying to the tourist approach in this context, of the functioning of the services and their model of organization;

— That of patrimony and territorial identity, which it is advisable to put in evidence and to emphasise at the same time in the trade world, but also in the effects on the immediate prosperity and to come to people;

— That of sustainable tourism, at the same time in term of sustainability of the development for the present generation and the future generation.

However, it is necessary to remind that the tourism is a particular branch of industry, in which the industrial economy does not produce inevitably the useful tools, even when those of the economy of the services turn out only partially useful, considering the importance of the fixed investments to be realized.

This remark brings us to a crucial question which is the organization of this dynamics. To avoid that the meeting from the outside with this dynamic territory and the people living in it is translated by a « shock of ignorance », due to the mutual misunderstanding of the ones and the others and thus by an impoverishment of both parts, it is necessary to organize this sector. It is then a question of facilitating the creation and the shape of networks, of favoring professionals' associations and private initiatives, of creating and of spreading information and, possibly, of being spokesman of people needs of the territory.

2-1-The local anchoring of the tourism

With a support for the local anchoring of the tourism, the human being is in the source and in the center of the tourist development. This central position of the human being meets itself in the notions of service, patrimony and durable development, central elements of the tourist activities. So we move from a sector-based action to a more global step.

Tourism is a set of services

The tourist service is above all a set of relational services. The service is neither stockable nor transportable. We have to move in the concerned places and thus the people who live there to consume this service. The link in the local environment is compulsory and immediate. Besides, the value of the service is connected to the relation between the professional and the customer. The cultural aspect and more generally human is essential. Many companies of services which did not take into account it in their extension or relocation were in difficulties. «The autochthonous population» are the only ones to be able to bring this supplement « of soul » which makes the competitiveness of the service, if the professional skills are. The tourism, as a set of services, thus needs a strong anchoring in the premises as territory, but also in the premises as cultural and human identity. Today the demand in human competence in the field of the services, and even more in that of the tourism, emphasizes the quality with which the service is produced. So, the technical competence has to come along with knowledge of the norms and the international norms in quality of services as physical as human. The requirement of a local anchoring of tourist international activities dominated by the big monopolistic groups is inescapable. Obviously, according to the quality of the patrimony and that of the welcoming by autochthonous population, the economic results of the tourism vary. If Paris has an extraordinary tourist potential in terms of buildings, artistic wealth, urban beauty or capacity of leisure activities, the welcoming is often a weak point. However, it is difficult to imagine a bigger tourist company, without questioning, in an already strongly blocked city, the quality of life. What makes that the welcoming of the Parisian, often very criticized, from the barman to the taxi, does not produce inevitably, on the long term, a negative externality. On the other hand, Saint-Petersburg has a capacity of sharply lesser business tourism, what implies economic capacities of the tourism still little used. However, the system of visas or the differentiated prices between foreigners and Russians could lead, soon, the city towards a more and

more national tourism. In these conditions, the tourism will have bigger difficulties becoming a factor of development, and some more sustainable development.

Besides, asserting that the tourism is a set of services, implies a necessity of organization and coordination of these services to build products and present a real regional tourist offer. The mode of relation of these various services is connected, obviously, to the patrimony on which they are based.

The patrimony is defined from a territorial identity

A patrimony is defined according to a place, to environmental, natural characteristics of this place, its history, its culture, that is the way the people carried, lived, transformed this place and even for the wild places or except any human presence (it means that there was respect for this identity by the surrounding populations). Identity the purpose is refers to people even if to identify a territory. A territory and its identity are indeed the way the people are going to get organized to live in this area. Therefore, every place in an appropriate identity connected to the history of the people who live there. The perpetuity of the territory thus depends on the consideration of the people who live and on the respect for their activities, of their values, for their ways of life and on their evolution there. Ignoring the people and taking into account only the territorial patrimony or freezing them in folklore puts in danger the patrimony itself. We forget it too often. The first sense of patrimony is « what makes link » between past and present, link between human being, nature and the territory.

In France, the patrimony became a tool of local development from 1980s. Today, we develop economic poles of the patrimony, that is a policy of global valuation of an area, more integrated into other activities, within the framework of a logic of sustainable development taking into account the environmental, economic and social context. The patrimony is as the culture, it is what stays when all the rest disappeared.

*The sustainable tourism implies a participation
of the local populations*

The pressure around the implementation of a sustainable tourism is particularly strong since the Conference of Rio in 1992 and it was reactivated by the preparation of the summit of Johannesburg of August, 2002. Beyond the big statements of fight against poverty and environmental protection, the notion of sustainable tourism remains vague. It is moreover preferable so as to let the local populations define themselves outlines and arbitrages. Because who talks about sustainable tourism doubtless talks about arbitrage between:

- The present activities and the necessity of providing things to the future generations,
- Various current activities by taking into account three basic dimensions of any human activity: the society, the economy and the environment,
- The distribution of the costs between the tourists and the autochthonous populations,
- The outside or local mastery of the activity.

It is one of the big problems of Saint-Petersburg, original city with strong cultural and tourist potential, because the difficulties due to visas (in particular their price) and the expensive prices of tourist visits constitute, more than for quite other cities of Russia, important hurdles for its development. Only a definition proposed and suited by the populations of the concerned territory could be easily operational. The notion of ethics and responsibility within the framework of the development consists in recognizing to the autochthonous populations the capacity to take care their fate. Modalities of emergence and application of this approach of the sustainable tourism remain in the pipe.

2-2-Tourisme and territorial dynamics

The application of the territorial dynamics is based according to the specialists, on one pre-requisite that are the identification of

the actors of the territory, their action functioning and regulation and the creation of tools necessary for this expertise.

The identification of the actors

The identification of the actors of tourism, from the notion of territory, takes into account the socioeconomic units involved in the studied activity. This category contains staff who works:

- In the transport, residence and restoration, animation activities,
- The traffic of people and goods, manufacture and business of tourist products,
- The supply of specific or new products towards the local habits and customs,
- The activities connected to the production and to the broadcasting of information, to the promotion, either at the level of private or public companies, administration or services of local governments.

It is necessary to add people who are not directly connected to the tourist activities, but who work in what we name derived activities either because they work on production or on supply of goods and services which will be useful the implementation of tourist activity, or because their activities grow or are modified because of the presence of the tourists (sanitary activities, management of waste or transport, etc.).

The third category of actors is constituted by the whole population which, at first sight, does not seem concerned by the tourist activity, but which is actively involved of the development of the territory because she lives there. This category is also sensitive to the costs and to the «pollution» connected to the tourist activity, but also by the modalities of putting at disposition and management of the patrimony of the territory and its evolution.

The last category of actors is represented by the various institutions which responsibility is the management of the territory and the existing local governments. It has, naturally, stakes, waits and different strategies. It is necessary to inform the members of this

category about the results and the costs of the development of the various activities, to engage them in an adequate policy of local tourism.

*The analysis of the social relations and the approach
of the social capital*

Defining and knowing the actors is not enough, the stake in the premises is to put in evidence a dynamics which leans on all the relations between people to value the wealth which they have. The territory establishes then « a space abstracts from cooperation between various actors with a geographic anchoring to engender particular resources and new solutions » (B. Pecqueur, 2000, 15). The steps around the notion of social capital (Bourdieu-1979) emphasize the relations, considered essential in the territorial dynamics, between these actors. The social capital indicates networks, common standards, values which facilitate the cooperation inside the groups and between the groups. He can be analysed from indicators elaborated by Putnam (2001), as the degree of participation in the community life, the public commitment, the voluntary collective actions, the informal sociability and the confidence declared towards others. Pierre Veltz (2002) talk about « places and about links » analyzing the territory policy at time of globalization. Thus, he recognizes on one hand the importance of services and networks, but also, on the other hand, that of the competitiveness of territories by the organization.

Amartya Sen (1981) develops this idea of social capital by describing the development of prosperity of individuals by the regulation of accessibility problems (in goods, in services, in institutions, in relations with others, in information, in rights) on a territory and development of individual and collective capacities of present and future generations. He uses a neologism, *entitlement*, which indicates all the rights which a population arranges in a definite social field. Setting up a territorial dynamics to engage an action developing at the same time the accessibility of services to the local populations and capacities to take in hand their destiny.

Beyond actions of training and information, it is a question of developing the potential of organization of non-trading company by implementing policies of empowerment at the local level, by favoring adequate institutions such as associations or producer's cooperatives, professionals' networks, etc.

The role of public institutions arises then in various ways, they intervene as initiator, intermediary or facilitator of the networks and initiatives. The consideration of the logic of the actors brings for example the French State to involve very widely in its decisions, its programming and its financing, local governments and regions, notably by means of contracts of State-Region Plan.

Tools of decision making

Varied methods of valuation of natural assets (methods of movement cost, hedonist prices, the contingent evaluation, option price and profits of non-usage, transfer values, models of protection spending, or the concept of Using Value) can be used, even partially, for the analysis of the tourist sector, in particular for that of the patrimony. They have all their sense if they are used to the help for the decision making. As for all the services and the immaterial products, the evaluation is tricky, because the result is more qualitative than quantitative. The tools of evaluation can be used then only reference for the decision making and not as the intrinsic truth. It is advisable not to grant to the results of this step an excessive value. The evaluation also depends on the rate of realization. What weight to grant to the present with regard to past and future? If I build a road and that Gallo-Roman vestiges are discovered, which choice we have to operate? Also between the destruction of a site (with its irreversible character) of profit purposes, do not we prevent, at the same time, other types of profits in monetary terms and prosperity in the future? The analysis in terms of opportunity cost is essential. The tourism is always dependent on qualitative factors and on a valuation of time. Therefore, the time horizon of the tourism is generally longer than that of the other economic activities, because it also concerns the patrimony. The valuation of

this one is difficult, what can bring the private operators, with the exception of the tourist activities, not to consider them in their estimation of profit and development. It is obviously against the idea of the sustainable development. The tourist activity produces not only streams. It is also produced, but also consumer of patrimony.

The decision-taking of the local population about choices of activities to be developed and actions to be led must be able to be made from simple or multidimensional indicators. The accent should be put on thresholds calculations (human, economic, social, cultural, and environmental) to give operation margins, plan a development in several stages and allow negotiation with all the actors of the territory.

Experiences were led in developing countries by encouraging a dynamics (method of animation-participation) based on brainstorming actors, division of a territorial diagnosis, an investigation of opportunities, elaboration of a common project and evaluation of the realized action (Paul Houée, 2001). E. Torres proposes the application of the system-actor method which uses techniques specialized for the diagnosis and the intervention within the human organizations. This method is based on operating languages, a process of decision, the revealing of the strategies or actors' logics. The study of the propositions of development is then made in negotiation with the various actors who are involved in the elaboration of diagnosis and solutions. In that case, the State has a role of patrimonial referee. The procedures of fixation and control of the commitments can be made by contracts and agreements of patrimonial development. This method was experimented in the bocage of the Boulogne région. These various experiences allowed building actors' logic within the framework of the patrimonial development from four patrimonial concepts that are the wealth (goods and services removed from the patrimony), the threat, the adaptability and the coherence between the participation of the environment of the actor and the rest of its activities. The process allowed to create the nature of the conflicts between the various actors and to set up procedures of negotiation and decision. Contracts and agreements of patrimonial development are then an alternative or a comple-

ment in the trade treatment and they allow to manage public and private goods. Finally, the irreversible character of certain tourist investments and the others should be forgotten. The problem also is to support them in the present, while throwing that, in the future, they will remain useful, without negative amenities for the future generations.

As any activity, tourism engenders negative and positive effects. Analyses concerning this sector emphasize some or others, but they rarely take into account a more global analysis in terms of costs-advantages. Within the framework of an approach of territorial development, the tourism can serve at the same time for making worse problems of social durability or for participating in their reduction.

Towards the aggravation, it is necessary to note

- The ecological damages and the patrimony connected in tourism over-use to which it is necessary to add the additional costs of management of a more numerous population (drinking water, waste water, garbage, etc.), often supported by the local population;

- The economic damages (the bad replacement with regard to other activities as agriculture, industry or craft or the increase of the social fracture connected to the income of tourist activities);

- The human and social damages (damage of the domestic, community, human values, the sexual tourism, drugs or AIDS, for example).

The local patrimony is also in the heart of the notion of public good, while the tourism is an activity connected to its profitability, but also to necessary investments to realize in the future. We are then situated in the opposition public and private sector, local and global environment.

The patrimony can also participate in the sustainable development:

- By leaning on the human resources and the local activities;

- By developing the importance of income and by redistributing them in a more equalitarian way (notably by setting up collective, educational projects or improving the accessibility to certain services);

— By allowing meetings, by favoring knowledge of cultures and languages and so by participating in an acceptance of the other who is different. In that way, the tourism is then factor of peace.

The implementation of actions at the level of a territory can also become identified with an activity of service. As in any activity of service, it is necessary then to set up an interaction between designers and users of the territory as well for the back-staying and definition of objectives (looking for tourist specialization of the territory for example), and for construction of the very service (by taking into account the contribution of various actors, their rights and obligations, of their level of participation) and for the evaluation of the action.

In these conditions, the tourism can then be an interesting leverage tool for local development, because it requires other services which also benefit to the population (as communication, public utilities, banking services or cultural and entertaining activities). It can be at the origin of the specialization of a territory (for example, by excluding contradictory or polluting activities), of valuation of a patrimony, a protection of an environment to guarantee the durability of the tourist activities. The public institutions also have to undertake to promote and to manage social relations inside the territory and territorial dynamics which they can engender.

Bibliography

1. *Abdelmaki L., Courlet C.*: Les nouvelles logiques de développement, 'Harmattan, 1996.
2. *Amalou P., Barioulet H., Vellas F.* (sous la direction de). Tourisme, éthique et développement, L'Harmattan, 2001.
3. *Bensahel L., Donsimoni M.* (sous la direction de). Le tourisme, facteur de développement local, PUG, 1999.
4. *Bourdieu P.* La distinction: critique sociale du jugement, Ed. de Minuit, Paris, 1979.
5. *Braudel F.* Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XV^e-XVIII^e siècle, Armand Colin, Paris, 1986.
6. *Braudel F.* Civilisation nationale, économie et capitalisme — XI-XVIII, 3 volumes, Armand Colin, Paris, 1979.

7. *Cohen E.* L'ordre économique mondial. Essai sur les autorités de régulation, Fayard, Paris, 2001. P. 66.
8. *Cuvelier P., Torres E., Gadrey J.* Patrimoines, modèles de tourisme et développement local, L'Harmattan, 1994.
9. *Desaigues B., Point P.* Economie du patrimoine naturel, Economica, 1993.
10. *Houée P.* Le développement local au défi de la mondialisation, L'Harmattan, 2001.
11. *Mahieu F.R.* Ethique économique, L'Harmattan, 2001; voir aussi le site internet de F.R. Mahieu, Responsable du DEA DESTIN où figure un grand nombre de cours et conférences en ligne sur le thème de l'éthique et du développement: <http://mapage.noos.fr/RVD/>
12. *Pecqueur B.* Ledéveloppement local, Syros, 2000.
13. *Portnoff A.Y.* Facteurs immatériels, du capital aux indicateurs, communication dans le cadre du séminaire GEMME, Paris, 2002.
14. *Putnam R.D.* Social capital: Measurement and Consequences, in J.F. Helliwell (ed): The contribution of Human and Social Capital to Sustained Economic Growth and Well-Being: International Symposium Report, Développement des ressources humaines Canada et OCDE, Ottawa, cité dans Politiques à l'appui du développement durable, Réunion du Conseil de l'OCDE au niveau ministériel, 2001.
15. *Sen A.* Poverty and Famines, an essay on entitlement and deprivation, Oxford, 1981.
16. *Veltz P.* Des lieux et des liens, Editions de l'Aube, 2002.
17. *Virassamy C.* Les pôles d'économie du patrimoine, La documentation française, 2002.

С.Г. Сивкова,
директор Музея Мирового океана,
В.А. Стрюк,
кандидат географических наук,
заместитель директора Музея Мирового океана
по научной работе

ВЛАСТЕЛИНЫ КОЛЬЦА

Подготовка к празднованию **750-летия основания** Кёнигсберга — Калининграда, позволила совершить настоящий про-

рыв в реставрации исторических памятников, ремонте имеющихся и строительстве новых объектов культурного назначения. Ведутся работы по решению транспортных проблем города, строятся новые гостиницы, открываются новые кафе, рестораны, магазины сувениров — все то, что называется туристической инфраструктурой.

Проведение работ находится на разных этапах, но планируется их завершение через 2—3 года, что позволяет предложить к началу туристического сезона 2006 года обзорную городскую экскурсию «**Властелины кольца**».

Экскурсия начинается на площади Победы города Калининграда с посещения Кафедрального собора Христа Спасителя. Затем экскурсанты садятся в комфортабельный автобус и движутся по улице Черняховского к Музею янтаря. После обзорной экскурсии по музею и осмотра сувенирных палаток экскурсия направляется по Литовскому валу к историко-культурному центру «Великое посольство» Музея Мирового океана, который располагается в Королевских воротах. После осмотра Королевских ворот автобус движется по Литовскому валу, далее по Московскому проспекту к Кафедральному собору. После посещения собора экскурсия направляется по Московскому проспекту на набережную исторического флота Музея Мирового океана. После осмотра экспозиции музея автобус направляется по набережной Петра Великого к мемориалу, посвященному 1200 Гвардейцам, и экскурсия завершается на площади Победы, совершив кольцевой маршрут.

Обзорная городская экскурсия «Властелины кольца» позволит дать общее представление об истории нашего города и его сегодняшней жизни. В результате экскурсии его участники узнают, что:

- Кёнигсберг — город с интересной историей, здесь находится **Кафедральный собор** с могилой всемирно известного философа Иммануила Канта; посетители собора познакомятся с темами: «Иммануил Кант и Кёнигсберг», «Иммануил Кант и Альбертина»; «История Кафедрального собора»; «История города».

- До настоящего времени сохранились элементы оборонительных сооружений — ворот, бастионов, валов, история которых представлена в **Королевских воротах**. Королевские ворота были построены как часть крепостного вального укрепления, опоясывавшего Кёнигсберг. Из восьми старинных городских ворот, сохранившихся до наших дней, они считались наиболее значимыми. В их торжественной закладке 30 августа 1843 года принимал непосредственное участие король Фридрих Вильгельм IV. Постройка ворот была завершена в 1852 году. Здесь же можно познакомиться с историей трех королей — отцов города; а также с историей консулатов, работавших в Кёнигсберге и работающих в Калининграде; а также с биографией великих посланников, посещавших эту землю начиная с X века.

- **Мемориал 1200 Гвардейцам** — дань памяти подвигу советских воинов, взявших штурмом Кёнигсберг в апреле 1945 года. Это первый постоянный мемориал погибшим воинам в нашей стране, открытый в сентябре 1945 года. Его авторы удостоены Государственной премии СССР.

- В Калининграде находится единственный в стране **Музей янтаря**, создание которого обусловлено тем, что на территории Калининградского полуострова расположено крупнейшее в мире месторождение янтаря (более 90 % всех запасов) и единственное предприятие, где добыча и переработка солнечного камня ведется в промышленных объемах. Экспозиция музея объединяет пять разделов: «Происхождение янтаря, его свойства»; «Историко-археологические знания о янтаре»; «Янтарь в искусстве XVII — XVIII веков»; «Калининградский янтарный комбинат»; «Янтарь в творчестве современных художников».

- **Музей Мирового океана** формирует единственную в России набережную исторического флота, у причала которой ошвартованы знаменитое научно-исследовательское судно «Витязь»; дизель-электрическая подводная лодка «Б-413» 641 проекта; научно-исследовательское судно Российского авиационно-космического агентства «Космонавт Виктор Пацаев». Планируется, что музей получит еще средний рыболовный траулер и завершит строительство комплекса «Морской Кёнигс-

берг-Калининград». На борту судов представлены экспозиции, посвященные истории изучения Мирового океана, истории подводного и космического флотов. Посетители узнают, что с Калининградом связаны судьбы четырех космонавтов — А.А. Леонова, В.И. Пацаева, Ю.А. Романенко и А.И. Викторенко. Экспозиция в главном корпусе музея с великолепными морскими аквариумами, уникальными коллекциями раковин морских моллюсков и кораллов расскажет о природе Мирового океана. Венчает здание маяк с уникальной линзой Френеля и смотровой площадкой, откуда открывается великолепный вид на набережную исторического флота и Кафедральный собор. В павильоне «Кашалот», где размещен уникальный скелет кашалота, можно узнать об истории китобойной базы «Юрий Долгорукий», базировавшейся в Калининграде в 50—70-х годах XX века. На открытой территории представлены коллекции океанографической техники, якорей, спасательных средств.

Планируется, что время экскурсии составит около 4—5 часов, поэтому в Музее Мирового океана участникам экскурсии будут предложены кофе или чай с легкими закусками. В начале экскурсии все туристы получают красочную брошюру с подробным описанием экскурсии, а в конце им торжественно будет вручена грамота «Властелин кольца», куда будет вписана фамилия участника экскурсии. Стоимость экскурсии необходимо рассчитать, но, по нашим предварительным расчетам, она не должна превышать 300 рублей. Начать можно с организации экскурсий по выходным дням и по предварительной заявке. Сопровождать каждую группу будут квалифицированные экскурсоводы. Важной особенностью маршрута является то, что он проходит по улицам и проспектам с относительно нормальным движением.

В заключение о названии экскурсии. Очень бы хотелось, чтобы в нашем любимом городе доминантой были не торговые, деловые и прочие коммерческие центры, которые, конечно, необходимы для жизни горожан, а властвовали бы историко-культурные объекты, музеи и музейные комплексы,

памятники истории и архитектуры. Мы уверены, что предложенная экскурсия вызовет интерес не только у гостей города, но и у калининградцев, которые смогут посмотреть на свой город другими глазами, узнать о нем много нового и интересного.

*В.Н. Кошелев,
заместитель главы Балтийского городского округа
по делам пространственного планирования и внешним связям,
Т.Н. Чекалина,
начальник управления по международным связям РГУ
им. И. Канта*

ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ БАЛТИЙСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА В РАЗВИТИИ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

Особое географическое, экономическое и политическое положение Балтийска в европейском пространстве и на Балтийском море играет важную роль в подъеме экономики округа, Калининградской области и России в целом. Его расположение на побережье Балтийского моря, Калининградского и Вислинского заливов и на границе со странами рыночной ориентации обуславливает направления перспективного развития Калининградской области в сфере морского и речного грузопассажирского сообщения, туризма, курортно-рекреационной сферы, малого и среднего бизнеса, трансграничного сотрудничества в широком его спектре.

В настоящее время туризм в Балтийском городском округе и Калининградской области в целом — одно из наиболее важных направлений развития экономики.

В довоенное время город Балтийск назывался морским городом Пиллау и принадлежал Восточной Пруссии Германии. До 1945 г. город исторически развивался как важный морской порт и рекреационный центр.

Территория с выгодным географическим положением на протяжении многих столетий находилась в сфере экономических интересов многих стран, о чем может свидетельствовать

ее богатейшая история. В разное время эта территория принадлежала разным государствам. Например, в X в. эта исконно прусская земля переходит к Дании, затем в XII в. ее захватывает Тевтонский орден. В 1626—1636 г. здесь властвует Швеция, затем снова Германия. Во время Семилетней войны (1758—1762) ею управляла Россия. Постройка Русской дамбы положила начало развитию порта. Затем территория вновь стала германской. В 1812 г. ею овладевают французы. После изгнания их русскими войсками в 1813 г. эта земля становится немецкой.

Морской порт играл важную роль в экономике города. Основная заслуга в его развитии в XIX в. принадлежит Обществу кёнигсбергских купцов, которое осуществляло административное и хозяйственное управление гаванью Пиллау. Когда же все возрастающие издержки по модернизации порта стали сильно тяготить Общество, государство взяло управление в свои руки.

Постройка в 1856 г. железной дороги Пиллау — Кёнигсберг повысила значимость Пиллау как гавани. Строительство судоходного канала до Кёнигсберга и сдача его в эксплуатацию в 1902 г. отрицательно сказались на экономике города. Необходимо было искать новые пути развития. Выход был найден в создании туристских баз отдыха и других предприятий различного назначения. Первая мировая война задержала развитие Пиллау, так как русские войска заминировали выходы из гавани.

В 1910 г. консул Эрих Хаслингер организовал совместно с судовладельцем Хапагом пароходную пассажирскую скоростную компанию по линии Свинемюнде — Пиллау и назвал ее «Seedinst Ostpreusse» (Морская служба Восточной Пруссии). Хаслингер сам провел переговоры с Министерством транспорта страны и доказал экономическую целесообразность компании. Министерство предоставило ей четыре судна водоизмещением от 2225 до 6200 тонн, 1200—2000 пассажирских мест. Кроме того, в компании были корабли других судовладельцев Германии. Позже, вплоть до Второй мировой войны, было организовано сообщение с городами: Киль, Травемюнде, Свинемюнде, Варнемюнде, Сопот, Мемель, Лиеная, Таллин, Хельсинки (даны названия довоенного периода). Большое значение работа компании имела во время Олимпийских игр в Хельсин-

ки. Через порт Пиллау прошло от 1400 до 2000 человек. На судах также перевозились легковые автомобили. Тем самым была решена проблема пассажирского сообщения между Германией и Пруссией, а также другими странами мира. Пассажиры высаживались на морской железнодорожный вокзал в центре города и далее по железной дороге направлялись в глубь материка, на курорты Балтийского моря и косу Фрише Нерунг. Пассажирское сообщение до Кёнигсберга было экономически невыгодно, так как движение в канале было односторонним и он имел малую глубину, что осложняло прохождение крупных судов. Кораблям приходилось ожидать своей очереди на рейде в море. Длина канала составляла 43 километра, длительность перехода — 4 часа. Это было также утомительно для пассажиров.

Наряду со Службой Балтийского моря в Восточной Пруссии существовала пассажирская Шведско-Американская линия. Корабли ее приходили в Пиллау один раз в неделю.

Одновременно с морским сообщением были налажены пассажирские линии по внутренним водам залива Фришес Хаффен (Калининградский и Вислинский заливы) между городами Эльбинг (Эльблонг, Польша), Кальберг, Фромборк, Бальга (полностью разрушен), Кёнигсберг, Сопот, островом Борнхольм. Эту нишу в предпринимательской деятельности заняла фирма Роберта Мейхойера. Речные суда ходили три раза в неделю. В городе Фишхаузен (Приморск) находился небольшой порт, на побережье моря в курортном поселке Нойхойзер (поселок Мечниково) был причал для прогулочных судов. В Пиллау функционировал яхт-клуб, около 70 яхт размещалось в лоцманской гавани и крепостном канале «Грабен». Семь частных паромных переправ соединяли косу, город и отдельные его районы.

В 1921 г. город был объявлен базой германского флота. Это дало новый толчок к развитию Пиллау. Активизировалось строительство и благоустройство города. В 1934 г. была начата работа по расширению территории города. Водное пространство между русской дамбой и поселком Камстигалль было засыпано грунтом. На новой площади планировалось строительство аэродрома, но грунт оказался неподходящим для этого. Тогда было принято решение построить новый порт для воен-

ных целей. С 1937 г. началось обустройство новых гаваней, работа проводилась на сухой площадке. Здесь были построены все портовые сооружения, инженерные коммуникации, подземные ходы к подземному минно-торпедному заводу и арсеналу, а также к подземному хранилищу горючего и многое другое. Затем, прокопав обозначенные бассейны, их заполнили водой.

Первый крейсер ошвартовался в военной гавани Пиллау в 1944 г. Из-за поражения Германии во Второй мировой войне строительство порта не было завершено, а бассейны № 3 и 4 не получили должного развития и территория бассейна № 3 более 50 лет практически не использовалась ни в военных, ни в народнохозяйственных целях. Ранее в нем швартовалась китобойная база «Юрий Долгорукий» и другие суда. До недавнего времени в нем находились затопленные корабли, однако в результате разделки судов на металлолом акватория была расчищена. Прилегающая к бассейну территория и сегодня находится в запустении.

В течение долгих лет военной конфронтации территория Балтийска была закрыта для посещения иностранцами и использовалась как военно-морская база СССР. Переход России в 1992 г. на новые условия экономического хозяйствования и демократические преобразования позволили начать формирование рыночной инфраструктуры гражданского назначения. Администрацией Балтийского округа был взят курс на интеграцию его экономики в систему мирового хозяйства.

В настоящее время можно выделить следующие потенциальные центры притяжения туризма, размещенные на территории округа.

Историко-культурные:

— крест святого Адальберта, установленный на территории БГО в 1997 г., в год 1000-летия гибели христианского проповедника Святого Адальберта;

— руины древнего рыцарского замка Лохштедт (XIII в.);

— шведская крепость Форт «Пиллау» (период строительства 1626—1635 гг.); построена по указу шведского короля Густава Адольфа II;

— фортификационные сооружения XVII-XIX вв. на территории города и Балтийской косы (руины Западного форта в поселке Коса);

— памятник Готхильду Хагену (1877 г.), строителю молотав гавани Пиллау на Русской дамбе;

— оборонительные сооружения Второй мировой войны;

— братская могила советских воинов, погибших при штурме Пиллау;

— Русская дамба. Защитные сооружения для рейдового и торгового флота, положившие начало строительства порта, построены по указанию императрицы Елизаветы Петровны в период с 1758 по 1762 г. во время Семилетней войны.

К числу архитектурных достопримечательностей относятся здания Кафедрального Свято-Георгиевского морского собора и музея ДКБФ (1903 г.), Маяк (1813—1816 гг.), памятник Петру I (1998 г.), памятник императрице Елизавете Петровне (2004 г.), мемориал жертвам Второй мировой войны, форт Штиль.

Природные:

— Вислинская коса, Балтийское море, Калининградский и Вислинский заливы, Приморская бухта, дюны, песчаные пляжи, леса.

Туристско-рекреационная инфраструктура:

— объекты размещения для туристов представлены гостиницами «Золотой якорь» (112 мест), г. Балтийск и «Золотая орхидея» (19 мест), пос. Мечниково, а также базой отдыха «Океанолог» (60 мест), Балтийская коса.

В Балтийске функционируют несколько кафе и другие предприятия общественного питания. Действуют 45 спортивных сооружений, в том числе 10 спортивных залов и крытый бассейн. В основном сфера туризма имеет зачаточное состояние и вялое развитие вследствие ограничений, связанных с наличием КПП на въезде в город и регламентацией для посещения территории города Балтийска и Балтийской косы иностранными гражданами.

В таблице представлен перечень объектов туризма и курортно-рекреационного комплекса, планируемых к строительству в Балтийском городском округе.

**Перечень планируемых объектов туризма, курортного-рекреационного комплекса
и туристической инфраструктуры в Балтийском городском округе**

Название	Местонахождение	Краткое описание проекта
Грузо-пассажирский терминал	Бассейн № 3	Грузо-пассажирский терминал для приема морских грузо-пассажирских паромов и судов типа ро-ро. Его открытие обеспечит увеличение туристического потока в Калининградскую область и транзитом через нее. Одновременно с этим обеспечит поток грузов, в том числе для нужд развивающейся туристской инфраструктуры
Культурно-исторический комплекс форт «Пиллау»	Форт «Пиллау»	Форт «Пиллау» (Шведская крепость) — исторический объект начала XVII в. — как центр притяжения для туризма включит в себя музей янтаря, гостиничный комплекс, исторический музей.
Туристический комплекс на месте гибели проповедника христианства Святого Адальберта	Пос. Тенкино	Комплекс включает в себя восстановленный памятник истории — крест Св. Адальберта, часовню всех религий «Часовня встреч», гостиничный комплекс с пляжем. Станет центром туризма
Международный многоцелевой учебно-рекреационный центр	Балтийская коса	Центр для подготовки государственных и муниципальных служащих, кадров предприятий малого и среднего бизнеса для работы в условиях рыночной экономики. В совокупности с яхт-портом, аэродромом, пляжем и лесной зоной косы будет служить объектом делового, научного, рекреационного и экологического туризма
1. Марина (яхт-порт высшего класса) 2. Гостевой яхт-порт	Балтийская коса и гавань ГРС	Порт для размещения яхт различного класса, спортивных моторных судов и т. п. В инфраструктуре порта будет находиться гостиница, кафе, сеть торговых предприятий, пункт проката снаряжения для водных видов спорта
Аэродром, гидроаэродром	Балтийская коса	Пункт для транспортировки туристов, место для занятий техническими видами авиаспорта

Окончание табл.

Название	Местонахождение	Краткое описание проекта
Форт «Западный»	Балтийская коса	Гостинично-ресторанный комплекс
Пансионат типа «Рыбацкая деревня»	Балтийская коса	Центр отдыха вместимостью 100 мест, площадь — 1,2 га
Туристический комплекс повышенного комфорта	Балтийская коса	Вместимость 150 мест, площадь 3,0 га
Военный санаторий	Балтийская коса	Вместимость 600 мест, площадь 8,4 га
Старая часть города	Зона городских кварталов в районе 1—4-го причалов	Реконструируемая часть города с сетью гостиниц, под рыночную инфраструктуру ресторанов, кафе, магазинов, офисов и жилых помещений. Причалы для приема круизных туристических судов. Уникальный центр притяжения туризма с улицами, отражающими историю территории
Городская черта	Район северного мола	Военное захоронение времен Первой и Второй мировых войн. Захоронено около 10000 тыс. человек 24 национальностей
Пляжная зона	Центральный выход к морю	Променад, ресторан, кафе, пункты проката различного инвентаря
Курортный городок с пляжной зоной	Поселок Мечниково	Променад, комплекс жилых и служебных зданий, пункт проката различного инвентаря, ресторан, лесная зона отдыха, вместимость 150 мест
Гостиница	Ул. Солдатская	Вместимость 100 мест
Кемпинг	Вислинская коса	Пятизвездочный кемпинг с магазином беспошлинной торговли на границе с сезонным пешеходным пунктом пропуска
Форт «Восточный»	Район парка им. адмирала Головко	Гостинично-ресторанный комплекс в помещении форта XIX в.

Для развития разнообразных видов культурно-познавательного туризма необходима реализация следующих мероприятий:

- разработка и выполнение программы развития культурно-познавательного туризма на территории БГО, в рамках которой необходимо предусмотреть комплекс мероприятий по реставрации, реконструкции и созданию центров притяжения туристов и рекреантов;

- реконструкция форта «Пиллау» с организацией в нем туристско-информационного центра и музея янтаря;

- строительство культурно-исторического центра «Крест Святого Адальберта» с часовней всех религий;

- реконструкция района г. Балтийска, носившего ранее название «Малый Амстердам»;

- строительство гостинично-ресторанного комплекса в помещении форта «Восточный»;

- консервация и реконструкция Западного форта на Балтийской косе, руин древнего рыцарского замка Лохштедт, замка Порр, фортификационных сооружений времен Первой и Второй мировых войн;

- создание музейно-выставочного комплекса международного уровня, включая организацию военно-морского музея с экспозицией из военных кораблей различного класса и военного снаряжения (по аналогии с морским музеем в шведском городе-побратиме Карлскруне);

- строительство мемориала жертвам Второй мировой войны;

- разработка пакета конкурентоспособных турпродуктов (услуг) и включение их в систему общерегиональных и международных турпродуктов (местопребывание Петра I и Великого русского посольства и т. д.);

- организация современного сувенирного производства, в т. ч. отражающего историко-культурное наследие (символику) региона;

- строительство объектов индустрии развлечений;

— разработка и реализация программы инфраструктурного обеспечения (сувенирные ларьки, объекты питания, фотоуслуги и т. д.) и благоустройство территорий, прилегающих к достопримечательным объектам;

— развитие межрегионального и международного сотрудничества (включая приграничный и транзитный туризм) в туристско-рекреационной сфере, предполагающее активное участие в работе Союза городов России и Союза балтийских городов, сотрудничество с международными туристскими организациями, вхождение в состав участников еврорегиона «Балтика», укрепление и расширение побратимских связей с городами Эльблонг и Крыница Морска (Польша), Карлсруна (Швеция), Эккернафтерде (Германия), Клайпеда (Литва) и т. д.

С целью создания зоны притяжения туристов из различных стран мира необходимо:

— произвести восстановление важных в историческом плане объектов;

— провести подготовительные мероприятия к 300-летию русского флота;

— провести конкурс на знак памяти пребывания Петра I в Пиллау;

— провести подготовку к 1000-летию со дня гибели проповедника христианства Святого Адальберта;

— создать исторический комплекс в районе Шведской крепости;

— создать исторический памятник «Руины древнего орденского замка Лохштедт»;

— восстановить памятник Великому курфюрсту;

— установить бюст композитору Вагнеру;

— установить памятный знак на Русской дамбе в честь ее возведения;

— создать мемориал жертвам Первой и Второй мировых войн;

— рассмотреть вопрос об организации стоянки большого парусника в районе Балтийской косы с использованием его как филиала музея флота и элитной гостиницы;

— создать музей янтаря.

Развитие культурно-познавательного туризма как одного из важнейших направлений экономической деятельности станет важным фактором обеспечения устойчивого, эффективного социально-экономического развития Балтийского городского округа. В частности, данный сценарий позволяет значительно увеличить объем денежных поступлений, в т. ч. валютных, повысить жизненный уровень населения, а также будет способствовать становлению народных промыслов, воспитанию у населения чувств патриотизма, гражданственности и гостеприимства, созданию и поддержанию имиджа Балтийского городского округа как культурного центра международного уровня, созданию реальных предпосылок для развития округа как центра деловой народной дипломатии.

В.Н. Утукина,
*доцент кафедры социально-культурного сервиса
и туризма РГУ им. И. Канта*

МЕСТО ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫХ РЕСУРСОВ РЕГИОНА В РАЗВИТИИ МЕНЕДЖМЕНТА ТУРИЗМА

Под менеджментом туризма понимается управление социально-экономическими явлениями и процессами, происходящими в деятельности туристской фирмы и направленное на достижение определенных намеченных целей путем рационального использования туристских ресурсов регионов и экономического потенциала фирмы с применением принципов, функций и методов менеджмента.

Одной из целей создания системы менеджмента туризма является лучшее использование туристско-рекреационных ресурсов регионов и ресурсных потенциалов туристской индустрии.

Среди туристских ресурсов Калининградской области в настоящее время большое внимание уделяется культурно-историческим объектам, способным удовлетворять духовные потребности туристов.

Историко-культурные ресурсы региона — это не только объекты туристского показа, но и разносторонние культурные события, притягивающие туристов из разных регионов России и стран мира.

В маркетинге туризма используют такое понятие, как «символы» территории. Роль символов заключается в стимулировании интереса потенциальных потребителей туристского продукта. Для Калининградской области можно выделить следующие историко-культурные символы:

1. Это интересно: архитектура, Кафедральный собор, фортификационные сооружения и др.

2. Это познавательно: музеи, галереи, зоопарк, Ботанический сад.

3. Это великолепно: ювелирное искусство обработки янтаря.

4. Это приятно: музыкальные фестивали, выступления творческих коллективов, прогулки по улочкам Центрального и Октябрьского района Калининграда, сувениры.

Конечно, это неполный перечень символов, которые позволяют выделить область среди других территорий.

Ключевую роль в развитии въездного туризма выполняют принимающие туроператоры. При составлении познавательных и событийных туров в Калининградскую область следует изучать покупательское поведение туристов, сформированное на основе их туристской мотивации. Среди типов туристов, выделенных немецким ученым Ганом, можно назвать В-тип (нем. *Bildung und Besichtigung* — образование и осмотр достопримечательностей) и F-тип (нем. *Fern und Erlebnis* — дальнее расстояние и впечатление).

Туристы В-типа — это эксперты, собирающие впечатления о посещаемых ими достопримечательностях, туристы, получающие положительные эмоции от знакомства с культурными традициями и природой разных стран мира; специалисты, углубляющие свои знания в определенных областях науки и культуры.

Туристы F-типа — потребители, предпочитающие проводить свой отпуск только там, где что-то происходит.

В менеджменте туризма сформулированы три этапа планирования тура:

1. Формирование тура.

1.1. Проведение исследования потребителей и продавцов на рынке туристских услуг.

1.2. Разработка программы тура.

1.3. Выбор партнеров, проведение переговоров, заключение договоров.

1.4. Предварительное установление цены.

2. Экспериментальное внедрение, презентация и подготовка рекламной кампании тура (изготовление рекламной продукции, продвижение продаж, реклама в СМИ и др.). Оценка спроса на данный турпродукт.

3. Разработка технологического механизма реализации нового тура.

Длительность разработки познавательных туров принимающего туроператора охватывает период с ноября текущего года по май следующего года в том случае, если периодом массовых посещений области выбирается май-сентябрь. При планировании событийных туров важна разработка концепции и плана международных культурных мероприятий.

При реализации таких туров важно обеспечить клиента персонализированным обслуживанием и достоверной информацией о турпродукте, а также предложением дополнительных услуг с учетом индивидуальных особенностей потребителя и других туристских ресурсов региона.

В соответствии с законодательством туроператор несет ответственность за обслуживание туристов во время поездки. По окончании тура туроператор анализирует степень удовлетворенности клиента сервисом посредством анкет.

В таблице сформулированы управленческие действия туроператора по таким функциям управления, как планирование, организация, мотивация, контроль, необходимые для достижения цели по повышению качества.

**Перечень управленческих действий
с целью повышения качества услуг**

Функция управления	Рекомендуемые управленческие действия
Планирование	— Разработка новых услуг для дополнительных групп потребителей; — разработка показателей качества обслуживания; — внедрение инновационных изменений в деятельность фирмы
Организация	— Организация процесса обслуживания туриста при покупке и реализации тура; — обучение персонала профессионализму, творческому подходу к работе, культуре обслуживания
Мотивация	— Ответственность руководства за своевременное выполнение предупреждающих и корректирующих действий; — создание системы материального и морального вознаграждения персонала за качественное обслуживание клиентов
Контроль	— Мониторинг реализации договоров с поставщиками услуг; — контроль за качеством предоставляемых услуг

Несмотря на то, что руководство турагентства не несет ответственность за качество обслуживания туриста на маршруте, менеджерам по продажам следует знать, какая система качества разработана туроператором, и проинформировать об ее особенностях будущего туриста при продаже тура. При работе с клиентами турагент должен соблюдать стандарты и процедуры предоставления специализированной туристской информации, правила оформления туристской документации, бронирования билетов и услуг, этикет при общении с клиентами.

Н.А. Токарь,
*старший преподаватель кафедры
социально-культурного сервиса и туризма РГУ им. И. Канта*

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ПОТЕНЦИАЛА
В ЭКСКУРСИОННЫХ ПРОГРАММАХ**

Мне хотелось бы на примерах местных экскурсионных маршрутов рассказать об использовании историко-культурного потенциала.

Во-первых, это многоплановая обзорная экскурсия по городу на тему «Исторические и памятные места города Калининграда». В процессе этой экскурсии туристы знакомятся с памятниками оборонительного зодчества середины и конца XIX века, в частности, это укрепления Литовского вала, бастионы и полубастионы, городские ворота, одни из которых, Королевские, стали символом города в период празднования 750-летия юбилея Кёнигсберга-Калининграда и были в короткое время реставрированы.

Важный историко-культурный потенциал у памятника готической архитектуры XIV века — Кафедрального собора, который после полной реставрации станет крупным светско-религиозным центром города.

Это и знаменитый 5-й форт — памятник массового героизма советских воинов, который должен стать достойным музеем боевой славы.

В экскурсионные программы включены Музей янтаря, Музей Мирового океана, Музей истории острова Кнайпхоф. К сожалению, многие турфирмы «забыли» о филиале историко-художественного музея — Блиндаже. И напрасно, ведь Блиндаж — это памятник Великой Отечественной войны, и такой важный объект исключать из экскурсионных программ просто недопустимо, так как экспонаты этого филиала способствуют патриотическому воспитанию, о недостатках которого сейчас столько говорят.

Большой популярностью пользуется сейчас экскурсия на военно-историческую тему «Слава русскому оружию», когда-

то забытая. Это эпоха наполеоновских войн. На нашей земле в 1807 году прошли два кровопролитных сражения: битвы под Прейсиш-Эйлау (Багратионовск) и под Фридландом (Правдинск). Закончилась военная кампания подписанием Тильзитского мира.

Город Багратионовск обладает большим историческим потенциалом. В частности, туристы посещают сохранившийся памятник, установленный в честь 50-летия с момента окончания битвы под Прейсиш-Эйлау (1856); знакомятся с экспозицией местного краеведческого музея, где работают настоящие патриоты своего дела. Город основан в 1336 году, сохранился форбург местного замка; к сожалению, работа по дальнейшему приведению его в порядок приостановлена. И, конечно, посещают церковь Веры, Надежды, Любви и матери их Софьи, первого настоящего православного храма, построенного на нашей земле.

А вот город Правдинск (Флидланд) в настоящее время не входит в экскурсионную программу, хотя обладает не менее важным историческим потенциалом.

Братская могила русских воинов, павших в сражении под Фридландом 14 июня 1807 года, находится на ул. Кутузова, 22. Второй памятник установлен на могиле генерала Мазовского, командира гренадерского полка. На двух сторонах памятника — надписи на русском и немецком языках: «Генерал-майор Мазовский, командир Санкт-Петербургского гренадерского полка погиб смертью героя 2(14) июня 1807 года». Этот памятник был восстановлен его императорским величеством Александром II и королем Пруссии Вильгельмом I 14 июня 1868 года.

Фридланская кирха находится в идеальном состоянии и готова принимать экскурсантов.

В настоящее время мы практически не используем историко-культурный потенциал г. Советска (Тильзита), где в июле 1807 года был подписан знаменитый Тильзитский мир между Россией и Францией. В городе сохранился интересный памятник истории — мост королевы Луизы, точнее, великолепная

арка моста. В старой части города можно полюбоваться зданиями довоенной постройки, которые могли бы многое повеждать об истории города.

Хочу обратить внимание на маршрут историко-краеведческой экскурсии на тему «Один день Инстербургского замка», сотрудники которого достойно используют историко-культурный потенциал. Замок Инстербург (1336) — одно из немногих средневековых орденских сооружений, он сохранился в достаточно цельном виде и является центром культурной жизни г. Черняховска. Приятно, что в экспозиции музея замка представлены экспонаты, которые собраны группой инициативной молодежи на территории Черняховского района. Создан рыцарский клуб, его участники сами сшили костюмы, изготовили снаряжение, даже кольчуги. Рыцарские турниры проходят с неизменным успехом. «Театр теней» блестяще воссоздает атмосферу Средневековья, таинственности, зрители с большим вниманием смотрят представления этого театра.

Надо отдать должное руководителю проекта, историку Алексею Оглезлеву, артистичной Владе Смирновой и председателю фонда Татьяне Ивановой. Из Инстербургского замка туристы отправляются на Георгенсбургский конезавод; к сожалению, замок Георгенсбург пока не готов к показу, зато сам конезавод после глобальной реконструкции вышел на европейский уровень.

Веками жители Восточной Пруссии занимались коневодством, и конезавод чтит и продолжает эти традиции, занимаясь разведением элитных лошадей ганноверской, тракинской и голштынской пород.

При наличии времени можно посетить частную конеферму, где представлена редкая порода лошадей — ахалтекинская, выведенная в древности на территории Туркмении.

В 5 км от Черняховска сохранился памятник Барклаю-де-Толли, установленный в честь печального события: в 1818 году Барклаю-де-Толли отправился на лечение в Карловы Вары, заночевал по пути у своего друга под Инстербургом и ночью скончался от сердечного приступа.

Обращаясь к военно-патриотической теме, хочу отметить экскурсию «Бои на Земланде 13—26 апреля 1945 года». Кульминационный момент — взятие Пиллау, ныне город Балтийск. Основные объекты показа:

1. Маяк (1816) высотой 31,38 м, освещение расположено на высоте 29,15 м над уровнем моря; наверх ведут 123 ступеньки. К сожалению, туристам подняться по этим ступенькам и полюбоваться видами Балтийска непросто — не отлажена система официального платного посещения маяка.

2. Паромная переправа, где туристам предлагают прокатиться на пароме, который курсирует по маршруту Балтийск — Вислинская (Балтийская) коса, причем без выхода на косу (к сожалению, в должной мере не задействован потенциал косы, хорошо было бы организовать здесь прогулку, но в настоящее время на косе нет надлежащих условий для этого).

3. Балтийск — военно-морская база. Все туристы хотели бы посетить военный корабль, встретиться с моряками, но в настоящее время это проблематично.

4. Шведская крепость — памятник архитектуры военно-оборонительного зодчества (1670). Недавно разрешили посещение крепости, экскурсию проводят научные сотрудники местного музея, но для показа практически нет объектов, в крепости располагаются военные.

Балтийск, несомненно, обладает большим историко-культурным потенциалом, но для того, чтобы принимать туристов, необходимо решить множество организационных вопросов.

Наконец, замок Бальга (1239). Бальга обладает мощным историко-культурным потенциалом, который практически не используется. Несмотря на то, что от замка и кирхи остались лишь руины, и те потихоньку исчезают, так как памятник находится без присмотра, все же, побывав на Бальге, проникаешься теми историческими событиями, которые там происходили; даже природа здесь способствует эмоциональному восприятию.

И в заключение хочу отметить, что работники турфирм, экскурсоводы находятся в постоянном поиске возможностей для расширения тематики экскурсий, стараются как можно шире использовать историко-культурный потенциал.

Ян Жебровский,
преподаватель Высшей экономико-технической школы,
(Легионово, Республика Польша)
<http://www.wset.edu.pl/>

КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ КАК ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА МЕЖДУ ЕВРОСОЮЗОМ И РОССИЕЙ

Туристический бизнес — это такая сфера бизнеса, в которой, чтобы получить стабильный доход и тем самым увеличить доход и уровень жизни многих людей, связанных с этим бизнесом, надо, прежде всего, иметь соответствующий продукт. Калининградская область имеет достаточные исторические и природные условия для производства такого продукта.

На территории области находится бывшая столица Восточной Пруссии — региона, который тысячу лет работал как единый государственный организм. На территории этого региона происходили важные исторические события — Грюнвальдская битва; наполеоновские войны в 1807 году; Первая мировая война, когда на территории Пруссии армия генерала А.В. Самсонова боролась с немцами; и Вторая мировая война, когда на территории Восточной Пруссии с лета 1941 г. до ноября 1944 г. располагалась главная ставка Гитлера.

Наследие Восточной Пруссии — это не только богатая история, это еще и люди — такие как Иммануил Кант, выражение которого «Звездное небо надо мной и моральный закон во мне» знакомо далеко за границами Европы; как Николай Коперник, работавший с 1510 по 1541 г. во Фромборке и в замке в Ольштыне.

Восточная Пруссия — это не только море и заливы, это также большие озера, особенно — в Польше: Снярдвы (113,8 км²) и Мамры (104, 5 км²) около городов Миколайки и Гижицко и самое длинное Езёрак (27 км) в Илавском поозерье. Там можно посетить достопримечательность европейского уровня — Острудско-Эльблонгский канал с уникальными гидротехническими сооружениями.

На окраине региона находятся большие туристические центры — Гданьск, Мальборк, Торунь с курортом Сиехоцинек (Польша) и Клайпеда с курортами в Паланге и на Куршской косе (Литва). В районе города Аугустова находятся трассы, по которым ходил на байдарке римский папа Ян Павел II.

В Калининградской области, как и на территории бывшей Восточной Пруссии в целом, достаточно интересных мест, что позволяет ей оставаться одним из самых привлекательных регионов Европы.

Калининградская область обладает также выгодным геополитическим положением. Это очень важно для развития туристического рынка. Ни один из регионов России не расположен так близко к Евросоюзу, как Калининградская область; с другой стороны, нет такого региона России, жители которого так хорошо знали бы государства ЕС.

Перед жителями Калининградской области стоит важная задача — показать гражданам Евросоюза особенности России как страны, которая до конца не понятна жителям ЕС. Важно показать Россию способом, который принят в Европе с конца Второй мировой войны, — через развитие туристического обмена.

Первым шагом, который можно сделать в этом направлении, является улучшение координации между Региональной туристической организацией Варминьско-Мазурского воеводства и Комитетом по туризму и межрегиональным связям администрации Калининградской области.

Региональная туристическая организация в 2005 г. уже представляла свои стенды на таких туристических выставках, как EISEN-2005 в Гамбурге, ITB-2005 в Берлине, BIT-2005 в Медиолане (Италия), на Салоне отдыха в Брюсселе и выставке в Утрехте (Германия). В городах Олыштын, Гижицко, Илава, Елк, Вискупиец, Корше, Лидзбарк, Любава, Милаково, Олыштынек, Пасым работают центры туристической информации.

Есть и дополнительные источники информации: на сайте Комитета по туризму администрации Калининградской области; имеются собственные информационные центры в Калининграде и Светлогорске; в Советске издается информационная газета «Янтарный променад».

В Польше наблюдается большой интерес к Калининградской области. Сайт, сделанный для одной из гостиниц города Светлогорска на польском языке, за последний месяц посетили более 800 человек.

В заключение хочется напомнить мысль Иммануила Канта: «...Вечный мир (конечная цель всего международного права) есть, разумеется, неосуществимая идея. Но политические принципы, нацеленные на то, чтобы вступать в такие [международные] связи, которые служили бы постоянному приближению к состоянию вечного мира, вполне осуществимы...»

*Дэвид М. Брюс,
MA, MPhil, MRTPI, MCILT, MTS, старший преподаватель
по туризму Бристольской школы бизнеса,
Университет Западной Англии (Бристоль, Великобритания)
David.Bruce@uwe.ac.uk*

**ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ФОРТИФИКАЦИОННОГО ТУРИЗМА:
ОПЫТ ЕВРОПЕЙСКИХ ГОРОДОВ-КРЕПОСТЕЙ**

Любой город, который в XXI веке все еще ограничен стенами или защитными сооружениями, является отклонением от нормы. Либо рост города был приостановлен в определенный момент его истории, либо в современный период экономическая жизнь прошла мимо него.

Этот процесс был в общих чертах описан Грэггом Эшвортом из Университета Грёнингена (рис. 1).

Модель показывает, как в истории города развивается кризис, который приостанавливает его развитие и ведет к периоду упадка. Шкала времени четырех периодов («формирование ресурсов», «бездействие ресурсов», «борьба за выживание» и «поддержание ресурсов») не определена. Модель рассматривает стены и оборонительные сооружения как часть этапа «формирования ресурсов», что на самом деле может привести к кризису и последующему упадку, так как инвестиции направлялись на строительство «нерентабельного» сооружения, а торговля сдерживалась искусственными барьерами.

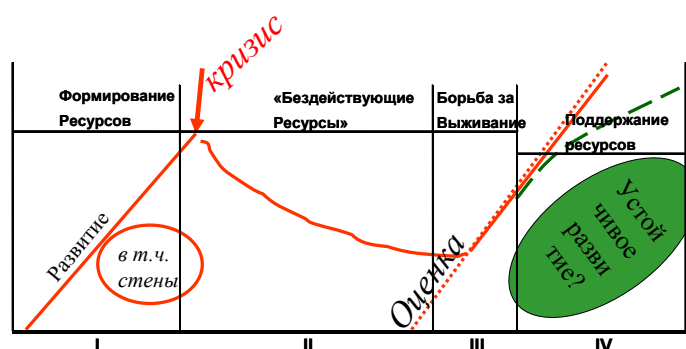


Рис. 1. Фазы развития. Модель развития «города-жемчужины»

С другой стороны, так как укрепления и город снова стали цениться, сама прочность сооружений обеспечивает их выживание и определенность будущего стабильного города.

Часто такая ситуация характерна для малых городов, которые Эшворт описывает как монофункциональные (развивается только туризм). В то же время фортификационные сооружения сами по себе могут играть значимую роль для городского развития. Они могут быть средневековыми, как в Соаве на севере Италии, или современными (сооруженными для защиты от артиллерии), как в Наардене в Нидерландах¹. В любом случае городские стены или оборонительные сооружения являются важной составной частью идентичности местного сообщества. Грэг Эшворт называет этот процесс созданием «города-жемчужины».

В настоящее время в Европе активно развивается сотрудничество между городами-крепостями. В Уэльсе в 1989 г. было основано содружество городов-крепостей с целью создания международного форума для взаимодействия, поощрения дружеских визитов и взаимопонимания между жителями, раз-

¹ Особая форма этой крепости была воспроизведена при постройке водного парка в Японии.

вития туризма с учетом имеющихся запросов и развития совместной маркетинговой стратегии для повышения осведомленности о городах-крепостях, имеющихся в мире.

Вопрос о концепции наследия, объединяющей историю города, памятники материальной и духовной культуры, является важным объектом дискуссии в научном сообществе. Среди ученых идут споры о наследии и его связях с историей, а также о том, может ли оно использоваться в туризме, и если да, то каким образом.

Глендидинг в своей работе «За пределами почитания памятников» (2001) осуждает «тоталитарное непонимание ценности старины», умышленное или неосторожное уничтожение исторических памятников во время Второй мировой войны и рассматривает «национальное наследие» всего лишь как «маску для глобального потребления».

Эшворт и Лоуэнталь продолжают развивать эту тему и изучают «противоречивые аспекты» наследия. Так, территориальные завоевания, изменения границ, политического режима и даже изменения в составе населения делают наследие противоречивым — особенно «национальное наследие».

Тунбридж и Эшворт (1996) в своей работе около 10 страниц посвящают Калининграду и делают вывод о том, что даже городские стены могут разделять на своих и чужих.

Значимыми вопросами являются собственность и ответственность. «Кто владеет Прошлым?» — спрашивает Лоуэнталь (1996). С одной стороны, туризм приводит к устранению границ и способствует объединению. В то же время существует опасность того, что туризм, связанный с наследием, может вызвать «недовольство [современного] местного сообщества и даже привести к его переселению».

Экономические стимулы туризма для городов-крепостей:

- 147 европейских городов;
- население — 3,5 млн;
- привлекают около 50 млн посетителей в год;
- обычно продолжительность пребывания — 1—2 дня;

- денежные поступления — около 1 млрд евро в год;
- или 285 евро на каждого местного жителя.

Затраты и преимущества:

- в крупных городах издержки невелики (с точки зрения привлечения *дополнительных* ресурсов), поскольку местные жители имеют доступ к инфраструктуре и нуждаются в ней;
- около 66 тыс. рабочих мест (полная занятость);
- также неполная занятость и сезонные рабочие места;
- историческая застройка позволяет продлить пребывание туристов и повысить доходы от туризма и число рабочих мест.

В заключение хочется процитировать Нарскую декларацию ЮНЕСКО: «*Культурное наследие каждого — это культурное наследие всех*»; и Пиранскую декларацию: «*Города-крепости являются уникальным наследием далекого прошлого и должны цениться, содержаться надлежащим образом, оберегаться от небрежного отношения и разрушения и оставаться вечно на своем месте*».

David M. Bruce,

MA, MPhil, MRTPI, MCILT, MTS

Principal Lecturer in Tourism, Bristol Business School,
University of West of England, Bristol

**OPPORTUNITIES FOR THE DEVELOPMENT OF FORTIFICATION TOURISM:
EXPERIENCE OF EUROPEAN WALLED TOWNS"**

I am going to begin by saying a little about my background. I first graduated in Modern History and Political Economy at the University of St Andrew in Scotland. My primary interest was in European International History but I also studied transport economics and worked for a decade or so in public transport planning.

I therefore qualified professionally as a Town Planner and completed my thesis on pedestrian shopping streets in historic towns at Edinburgh University.. Studying tourism and how it interacts with the historic environment was the next development and

since 1983 I have lectured and researched in Bristol. Tourism first made me aware of walled and fortified towns.

«Opportunities for the development of fortification tourism: experience of European walled towns» is the topic today.

Any town, which, in the 21st Century remains defined by its walls or defensive structures, is an anomaly. Either the town's growth has been arrested at some point or period in its history and/or economic life has subsequently passed it by.

This a process, which has been described for historic towns in general by Greg Ashworth of Groeningen University.

The model show how, during the history of the town, a **crisis** occurs which stops the development of town in its tracks and leads to a period of decline. The timescale for the four stages of 'resource creation', 'resource dormancy', 'the race for survival and 'resources maintenance' is not defined. The model is adapted to include walls and defences as part of the 'resource creation', which may indeed have been a factor in the crisis and subsequent decline as investment was poured into an 'uneconomic' construction and trade was inhibited by artificial barriers.

On the other hand, as the walls and city again become valued, the very solidity of the defences helps ensure their survival and with it the distinctiveness of a sustainable future city.

For Greg Ashworth this is called 'Gem City' creation.

Often they are small and what he describes as 'monofunctional' (tourism only) cities.

The distinctiveness may however lie in the defences themselves. They may be dramatically medieval as in Soave in the North of Italy or dramatically 'modern' (that is to say designed to defend against artillery) as in Naarden in the Netherlands, whose very distinctive shape has been recreated as a water park in Japan! Or massively robust as in the 19th Century works surviving in this very city. In each it may be that town walls or defensive structures are intrinsic to the city's community identity.

The Walled Towns Friendship Circle (WTFC, founded in 1989) has brought together representatives and citizens of a wide range of such towns from across Europe.

It aims:

- to create an international forum.
- to encourage friendships visits and mutual understanding between the inhabitants (these have been seen as similar to town twinning objectives)
- to encourage an increase in tourism whilst considering the challenges. (such as cars, traffic and conservation costs) and
- to develop joint marketing strategies to increase world-wide awareness of walled towns.

As apparent from the 'research pages' of the website (<http://www.tourism-research.org/wtfcresearchdb.html>) My own work has been involved with the final two objectives and has covered both comparative analysis and work with and on individual towns and their heritage tourism.

In the context of any old established town, personal and community identity is closely related to the history, legacy, extant physical remains and cultural expression of the town and its immediate surroundings. That can be summed up in the concept of '*heritage*'.

There is continual debate among academics about 'heritage', its relationship with history and whether, and how best, it can be commercially exploited for tourism. Glendinning in his paper 'Beyond the Cult of the Monument', he condemns «the driving, controlling force implicit in the totalitarian (mis-)conception of age-value.»(2001:18) as a basis for conservation of the built environment. After discussing how 'total war' in the mid 20th Century consciously, or inadvertently, came to include the mutual destruction of monumental town centres, he attacks «National heritage» as «now just a mask for global commodification».

It can be and certainly has been much worse than that. Conquest, changes in borders, changes in political control, even changes in population make 'heritage' contentious — ESPECIALLY 'National Heritage'.

In their 1996 book 'Dissonant Heritage: the management of the past as a resource in conflict' Tunbridge and Ashworth devoted

about 10 pages to the case of Kaliningrad in a whole chapter on central Europe.

Even the heritage of a walled town is likely, by the nature of walls and defensive structures, to be divisive: allowing or even forcing communities to harbour separate identities within and without. Tunbridge and Ashworth originally treated them as part of 'atrocity tourism' along with Auschwitz.

'Who owns the Past?' asked Lowenthal (1996).

Ownership gives responsibility to host local governments for and rights to interpretation and to the creation of 'heritage'.

Physical remains — such as Kaliningrad Cathedral require questions to be raised about the past, discussion of which can usefully inform understanding of the present and heritage tourism can encourage inclusiveness. The tourist gives an economic incentive.

But as Ashworth has later (2002) pointed to there are dangers of heritage tourism leading to «irritation/resentment and displacement of [present] host communities» (p. 85).

Looking at the incentives first: *The Economic Incentive of tourism*

On the basis of a representative sample of 35 towns, it has been estimated that across Europe the 147 member towns, whose total population amounts to some 3.5 million people, attract some 50 million visitors a year. Usually they only stay for a day or two but nevertheless are worth about one billion Euros a year which works out as a useful 285 Euros per head of local population.

The visitors come for many reasons — from business and shopping to visiting nearby beaches — not just for the heritage and history. But the costs and benefits of (urban) tourism are generally positive. In larger towns (such my home town of Bristol) they cost little in the way of *extra* resources because the infrastructure is available to (and / or needed by) the local inhabitants.

In the walled towns, they probably generate the equivalent of about 66000 full time jobs, though many may be part-time or seasonal.

The heritage, including the walls and fortificati heritage attracts them to stay longer and therefore spend more and also helps to distinguish the town from its competitors.

The European Commission (INTERREG III C) is funding a three year project, led by the Walled City of Chester and involving seven other walled towns, plus one other town which is in a border restricted site. The University of West of England as academic adviser is also a partner.

The project examines critical dimensions of historic town management producing five 'good practice' guides: Conservation and Interpretation, Transport and traffic, Spatial Planning, Tourism and Marketing and Cultural Heritage Management. Each of these themes will be led by one of main partner towns, with the others in mutually supporting roles and will be brought together at an international conference in Chester in 2007. The first working meeting is in s'Hertogenbosch next week.

The special focus of the project is accessibility to heritage monuments for the socially and physically disadvantaged.

The specific examples of walled town experience are therefore taken mainly from these towns, which include at least five in border areas:

Pécs in southern Hungary, not far from Croatia has been the winner of a UNESCO prize for inter-communal relations with Serb Croat and Bosnian minorities but a World Heritage Site focused on paleochristian painted tombs.

Piran close to borders with Italy and Croatia,

Valletta, in Malta an outpost of the European Union in the Mediterranean

S'Hertogenbosch close to Belgium,

Chester, itself is on the border of recently 'devolved' Wales

Piran/Pirano is an important example of a small city whose national status has changed. Previously within the territory of the Venetian Republic, part of the Napoleonic French Empire, for a hundred years in the Austro-Hungarian Empire, then in Italy, briefly in Greater Germany, then in Yuogoslavia and now in Slovenia and the European Union.

Its allegiance has been redefined six times within the last couple of hundred years. The grandfather of the Deputy Mayor was in the Austrian army, his father in the Italian army, himself in the Yugoslav, his son ... is a Slovene citizen and in the European Union but not in any army. They have never moved house. As agreed by a United Nations Concordat, it is formally bilingual with an important Italian speaking minority.

Piran's heritage visibly reflects its past with Venetian Walls, an Austrian Town Hall and Library, Italianate churches, private and public buildings and Slovene civic design.

As a field trip from a Post Graduate International Management Programme, (not unlike one we are planning with State University here), we came from all over the world and probably saw even Europe as a 'sub-continent' part of Eurasia.

Piran's usual tourists are predominantly German and Italian. Interpretation is generally inclusive and in the three languages of Slovene, Italian and ... English.

Only the Jewish heritage of the interesting small 'ghetto' is rather neglected.

The perception of the tourist (the outsider at the gate) may alter the self-perception of citizens and possibly provides incentives for tolerance and inclusiveness of interpretation ... but not automatically.

There may exemplars here for the circumstances of Kalinin-grad, whose nineteenth century defensive ring appears to be a most unusual survival. The map from the Baedeker Guide 1906, shows the newly completed defences, we have seen earlier some of the surviving remnants and you as an audience are much more aware than myself of what potential for re-use the buildings here have. One bastion in Naarden (Holland) is now a designer furniture shop; in Alcudia in Spain another is a bullring!

But clearly the defensive ring buildings are worthy of study, even archeology and of sensitive inclusive interpretation. I would only recommend attention to the UNESCO 'Nara' declaration on 'Authenticity'

UNESCO 'Nara Declaration' (1994) that «*The cultural heritage of each is the cultural heritage of all*» is but the briefest of quotes from the fairly short document that is attached to the application forms for World Heritage Site Designation. The Declaration is worth examining in detail not just for such applicants. It attempts to ensure that the discussion of authenticity and therefore the judgements on whether places have 'outstanding universal value' goes beyond the priorities of the nation state that must always be the sponsor of World Heritage to the United Nations agency UNESCO. Finally we can consider the *Piran Declaration* of the Friendship Circle.

«Walled Towns are unique inheritances from times long past and should be treasured, maintained and safeguarded from neglect and destruction and passed on to perpetuity as irreplaceable 'Timestones of History'»

Peter Osborne, who founded the Circle, coined this word 'Timestone' — you will not find it in any dictionary (or at least not yet). It evokes not just a monument but a sense of indelible but living history, whose implications will continue to be worked through and to provide benefits for the future of the community, its inhabitants and even those who visit.

For references, further reading and information about the Walled Towns Friendship Circle and its activities you are recommended to go to the Walled towns website <http://www.walled-towns.com> and especially the linked research pages at <http://www.tourism-research.org/wtfcresearchdb.html> and for UNESCO <http://www.unesco.org>

Bibliography

1. Ashworth G. 2002 Heritage, Identity and Places: for Tourists and Host Communities in Singh S. Timothy D. & Dowling R (Eds) 2002 *Tourism in Destination Communities* Chapter 5. P. 79—97.
2. Bruce D.M. 2004 Piran, Establishing a sustainable 'gem city' [case study] in Holloway J. Christopher *Marketing for Tourism*, Pearson. P. 446—454.
3. Bruce D.M., Jackson M.J., Serra Cantallops A. 2001 Prepare: a model to aid the development of policies for less unsustainable tourism in

historic towns *Tourism and Hospitality Research: the Surrey Quarterly Review* Volume 3.1. P. 21—36.

4. Glendinning, M. 2001 Beyond the Cult of Heritage *CONTEXT* 70. P. 15—18.

5. Lowenthal D. 1996 *Possessed by the Past: the Heritage Crusade and Spoils of History*. The Free Press, New York.

6. Tunbridge J., Ashworth G. 1997 *Dissonant Heritage: Managing the Past as a Resource in Conflict*, John Wiley and Sons Chichester.

7. UNESCO. 1994 *Nara Declaration on Authenticity* UNESCO, Paris <http://www.unesco.org>

И.И. Дразилева,
старший преподаватель кафедры социально-культурного
сервиса и туризма РГУ им. И. Канта

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЗАМКОВОГО ТУРИЗМА В КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Замки и дворцы — это прекраснейшие произведения архитектурного искусства, представляющие собой историческую и культурную ценность. Не случайно именно они часто становятся целью посещения туристов. Они рассказывают об истории страны, помогают создать представление о жизни ее населения и являются одними из самых привлекательных объектов познавательного туризма.

В Европе в настоящее время сложилось своеобразное направление — *замковый туризм*. Его можно определить как туристские поездки, связанные с посещением сооружений замковой архитектуры (замков, дворцов, руин), представляющих историческую, культурную или иную ценность.

Калининградская область обладает всеми необходимыми условиями и ресурсами, необходимыми для развития замкового туризма. К факторам, способствующим его развитию на территории Калининградской области, относятся:

— наличие на территории Калининградской области потенциальных объектов притяжения туристов. Это замки, преи-

мушественно постройки XIII—XIV веков. Уникальность данных сооружений в том, что замки этого периода сохранились только на территории Калининградской области; в России, Литве, даже в Германии и Польше таких построек практически не осталось; на территории области сохранилось около 20 замков;

— все замки на территории Калининградской области расположены достаточно компактно; чтобы осмотреть большую часть из них, достаточно одного дня. Существует направление Калининград — Гвардейск — Черняховск — Советск — Неман, на которой расположены крупнейшие и лучше всего сохранившиеся замки. Этот маршрут захватывает внутренние, слабо освоенные в туристическом плане районы области, и организация здесь туристического маршрута может способствовать их дальнейшему более динамичному развитию;

— к преимуществам можно отнести появление разнообразных общественных и частных объединений и фондов, которые понемногу начинают восстанавливать замки. Например: Инстербург, Георгенбург(Черняховск), Вальдау (Низовье) и Шаакен (фонд «Замок Шаакен»), который расположен в Некрасово;

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

К сожалению, есть много факторов, препятствующих развитию этого направления туризма:

— многие замки находятся в настоящее время в очень плохом состоянии. В этом виновато и время, и нравы: местное население растаскивает их буквально «на кирпичи»;

— отсутствие нормативно-правовых актов об охране памятников архитектуры и истории. Государство слабо принимает участие 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 территории современной Калининградской области, образованной после Второй мировой войны на 1/3 территории бывшей Восточной Пруссии, сохранились некоторые замки Тевтонского ордена. Многие из них утеряны навсегда, часть представляет собой руины, в которых трудно узнать когда-то мощные крепости, но некоторые замки медленно восстанавливаются силами энтузиастов.

В самом областном центре замков не сохранилось. Наиболее известный из них — *Королевский замок* — был разрушен во время штурма Кёнигсберга и окончательно уничтожен уже в советские времена. Он мог бы быть одним из самых привлекательных для туристов объектов замкового туризма. Существует проект создания на основе развалин подвалов замка музея под открытым небом. В настоящее время ведутся раскопки подвалов замка. Археологические находки, обнаруженные учеными, могут положить начало планируемому музею. Другие замки находятся за пределами Калининграда.

Замок Нойхаузен. В центре города Гурьевска возвышается хорошо сохранившийся замок, построенный в 1292 году. В плане представляет собой прямоугольник размерами 90 на 57 м. В начале эпохи Реформации, в 1525 г., замок стал резиденцией либерального политического деятеля епископа Георга фон Поленца. В XVII веке курфюрст Георг Вильгельм сделал этот замок центром своих охотничьих угодий. Сейчас здесь располагается производственный комплекс. Великолепно сохранилась кирха 1350 года, расположенная к востоку от замка.

Замок Лабиау (г. Полесск) — орденский замок, построенный в 1258 году, сохранивший свое прусское название. В плане — прямоугольник размерами 60 на 28 м., состоит из четырех строений, соединенных между собой углами. Перестраивался в 1548—1552 годах, постройки неоднократно обновлялись. В 1965 году замок был основательно поврежден пожаром, но представление об этом древнем сооружении можно получить и сегодня.

Замок Тапиау (г. Гвардейск). Впервые замок упоминается в 1280 году. В настоящее время является наиболее хорошо сохранившимся памятником средневековой архитектуры в Калининградской области. Состоит из четырех расположенных в виде квадрата флигелей общей площадью 48×46 м. Кое-где еще видны остатки окружавшего замок рва, некогда достигавшего ширины 10 м. Этот памятник истории известен тем, что в 1568 году в его стенах скончался герцог Альбрехт, маркграф Бранденбургский, великий реформатор Пруссии. После войны замок, отличавшийся особой мощностью сложенных из валунов стен, стал местом заключения. Благодаря этому в замке за последние десятилетия было сохранено все, даже детали старой крыши. Кирха начала XIV века была отремонтирована в 1991 году и занята под православную церковь.

Замок Вальдау (поселок Низовье Гурьевского района) — сооружен в 1264 году, выглядел, как остров посреди большого озера, неоднократно перестраивался. Из его расположенных в виде четырехугольника первоначальных флигелей ныне сохранился только южный. В одном месте сложенные из валунов стены прерываются широкими воротами, над которыми некогда возвышалась сторожевая башня. Здание сохранило свой внешний облик, но внутри полностью перестроено, только подвалы имеют почти первоначальный вид. От озера осталось маленькое озерцо. В конце XVII века Вальдау принимал гостей в качестве загородной усадьбы двора прусского курфюрста Фридриха II: Весной 1697 года в нем останавливалось Великое посольство России, а в конце мая его посетил и сам царь. На рубеже XIX и XX веков замок окончательно превратился в поместье, а сейчас в нем расположен техникум.

Замок Гирмов (поселок Русское) — основан тевтонскими рыцарями в 1270 году. В 1945 году замок и находившаяся в его восточной части кирха (уменьшенная копия Кафедрального собора Кенигсберга) стали полевым госпиталем вермахта, куда доставлялись раненые в битве за Гермау (16.04.1945). Жертвам войны посвящены мемориал советским воинам в центре поселка и черный крест, поставленный в 1995 г. у руин замка,

в память павших уроженцев Восточной Пруссии. Общество «Мемориал» приложило много усилий для сохранения остатков замка и связанных с ним руин кирхи.

Орденский замок в поселке Некрасово был построен в 1270 году. В 1331 году перешел во владение епископа Самбии. Сразу был перестроен и приобрел восьмиугольную форму. В 1606 году замок сгорел, но вскоре был заново отстроен, а в начале XVIII века реконструирован в неоготическом стиле. Мощные стены замка по сей день высются над окружающей низиной. Рядом расположена кирха XIV века с сохранившимися фресками.

Замок Бальга (поселок Веселое) — орденский замок, построенный в 1239 году на месте крепости VI века Хонеду. Цитадель замка первоначально была возведена из тяжеловесных бревен и с восточной стороны защищена рвом глубиной до 3 м. Потом почти всю ее территорию стало занимать возведенное в XIV веке каменно-кирпичное строение, имевшее в плане шестиугольную форму. Оно появилось в 1242 году после неудачной для пруссов осады деревянного замка. Бастионы цитадели не сохранились до настоящего времени, так как в 1701 году король Пруссии Фридрих I повелел брать отсюда камень для сооружения крепости Пиллау. По сей день сохранились руины «Зала собраний» в форбурге замка. Весной 1945 года в нем располагался склад боеприпасов вермахта, при взрыве которого здания форбурга серьезно пострадали. В наше время башню, с востока завершавшую «Зал собраний», облюбовали для своих тренировок альпинисты. Это привело к уничтожению верхних ярусов бывшего когда-то шестиэтажным здания. Почти ничего не осталось от лестничных пролетов и соединявшей их лестницы. На втором этаже исчезла комната, стены которой с 1910 года покрывали имена всех Великих магистров Тевтонского ордена. Они были написаны здесь в честь 500-летнего юбилея Грюнвальдского сражения.

Замок Таплакен (поселок Талпаки). В начале XIV века здесь был сооружен небольшой орденский замок, некоторое время являвшийся восточным форпостом на границе с Литвой.

В 1376 году, после очередного литовского набега, деревянный замок был сожжен. Впоследствии его сооружения были отстроены в камне и представляли собой пространство, окруженное по периметру оборонительными стенами. С восточной стороны замка находилось наиболее важное укрепление, выглядевшее как трехчастная постройка. Фактически замок состоял из цитадели, форбург отсутствовал. В середине XIX века основательно поврежденные временем постройки были обновлены, появились изящные декоративные ворота, с востока ведущие во двор замка. Значительная часть этих сооружений сохранилась до наших дней.

Замок Георгенбург (поселок Маевка) является самым крупным из сохранившихся на территории бывшей Пруссии епископских укреплений. Возведен в середине XIV века для охраны северной границы владений самбийских епископов. Впервые этот замок, построенный из дерева, упоминается в 1364 году в хронике Виганда из Марбурга, вернее, говорится о его уничтожении в результате набега литовцев под началом князя Кейстута. В 1385 году было решено возродить замковые постройки из камня. Цитадель и расположенный восточнее форбург были устроены между двумя оврагами, спускавшимися к реке Инструч. Тем самым Георгенбургу была обеспечена естественная дополнительная защита. Вскоре замок вновь подвергся атаке литовцев. В эпоху Реформации Георгенбург стал местом пребывания герцогского окружного администратора. В середине XVIII века окрестности замка стали базой для элитного коневодства. В 1945 году в Георгенбурге располагался лагерь немецких военнопленных. Их руками была почти полностью разобрана располагавшаяся неподалеку кирпичная кирха, возведенная в 1693 году. Позднее замок использовался как место заключения и как больница. В 1991—1994 годах здесь проводились раскопки археологом М.Г. Гусаковым. Идея музеификации замка сорвалась, но и по сей день он остается одним из самых красивых средневековых сооружений Пруссии. В 2001 году было начато возрождение конезавода. Ежегодно проводятся международные соревнования.

Замок Инстербург (город Черняховск). На скрещении важных торговых и речных путей в 1336 году Великим магистром ордена Дитрихом фон Альтенбургом был основан этот замок. Первые деревянные постройки были уничтожены в 1376 году в результате литовского набега. Вскоре замок был обновлен, его мощные оборонительные строения, в плане образовавшие массивный прямоугольник, были возведены из камня. Замок стал крупным форпостом Тевтонского ордена в его набегах на литовскую территорию. Перед походом на язычников в Инстербурге останавливался английский аристократ Генрих из Дерби, позднее занявший английский трон под именем Генриха IV. Замок сильно пострадал во время Второй мировой войны, но летом 1998 года благодаря стараниям городской администрации была начата расчистка руин и благоустройство территории. В замок также пришла группа энтузиастов с целью его восстановления и создания в его стенах музея. В 1999 году состоялся первый туристский сезон, была создана общественная некоммерческая организация «Фонд «Дом-замок»». В настоящее время организуются различные тематические мероприятия: краеведческие рейды, фестивали средневековой культуры, рыцарские турниры и т. д.

Замок Рагнит (город Неман). Войска Тевтонского ордена захватили эту территорию в 1275 году. Рыцари построили к северо-западу укрепленный лагерь. В стороне от этого городища крестоносцы соорудили свой первый в этой местности деревянный замок, получивший название Ландсхут (Вершина края). Впоследствии он стал называться Рагнит. В 1293 году возведен небольшой замок, ставший предмостным укреплением Рагнита. Оба замка являлись форпостом крестовых походов на Литву, которые продолжались с 1293 по 1422 год. В 1355 году в результате ответного литовского набега Рагнит был сожжен. В 1397—1409 годах замок отстроили заново из кирпича. Новое место его расположения находилось несколько западнее руин первого, деревянного, замка. Возведением кирпичных стен Рагнита руководил мастер Николай Фелленштайн, до этого участвовавший в постройке знаменитого замка

Мариенбург (Польша). Рагнит стал центром комтурии, в состав которой входили также замки Тильзит и Лабиау. До наших дней цитадель сохранилась довольно хорошо. Есть мнение, что в замке располагалась тюрьма гестапо. Это и уберегло его от разборки на кирпичи, как случилось с замками Лохштедт и Бальга. Администрация Неманского района поддерживает замок: установлены ворота, организуются спектакли.

Замок в поселке Заречье — первоначально деревянный замок, уничтоженный пруссами в 1260 году. Через год его строительство возобновилось. Замок перестраивался в 1582 и 1668 годах. В последний год Первой мировой войны был превращен в сельскую усадьбу. Руины его цитадели, строения размерами 60 × 60 м, по сей день производят величественное впечатление.

Развалины крепости в Ушаково при впадении реки Прохладная в Калининградский залив. Здесь с древних времен стояла крепость, которую в 1246 году захватили крестоносцы. Они укрепили древние стены и построили часовню. Ныне от мощных сооружений остались лишь развалины, но здесь можно проводить различные мероприятия.

Форбург крепости Пройсиш-Эйлау (Багратионовск). Крепость защищала Кёнигсберг с юга. Эта местность известна большой битвой французских и русских войск во время Отечественной войны с Наполеоном в 1807 году, когда русскими войсками командовал генерал Багратион. Об этих событиях напоминают городские памятники.

Все перечисленные выше сооружения замковой архитектуры представляют собой историческую ценность и могут быть включены в различные маршруты замкового туризма местного и международного значения. Уже существует маршрут по готическим замкам в регионе Балтийского моря, проходящий по территории Польши, острову Борнхольм (Дания), Калининградской области и включающий замок Бальга, крепость в поселке Ушаково, форбург крепости в Багратионовске. За время путешествия любители истории и древних замков могут познакомиться с монументальными объектами замковой архи-

тектуры, посетить интересные выставки, увидеть демонстрации рыцарских состязаний на мечях, арбалетах и топорах. У гостей будет возможность принять участие в рыцарских пиршествах и попробовать национальные блюда.

Государственной программой развития туризма и рекреации в Калининградской области на 2002—2006 годы предусмотрен ряд мер для развития познавательного туризма, в том числе и замкового. Запланированы консервация, реставрация, реконструкция и музеефикация культурно-исторических памятников, включение их в систему экскурсионного показа и использование в качестве центров притяжения туристов. Также должны разрабатываться программы событийного туризма (юбилейные даты, связанные с основанием городов, историческими событиями) и привлекательные туристские продукты с учетом местной специфики историко-культурного потенциала. Одной из первоочередных задач является проведение комплексно-восстановительных работ в замке Инстербург с последующим созданием в нем культурно-сервисного комплекса и музея под открытым небом.

Есть надежда, что эти меры, а также привлечение внимания инвесторов к Калининградской области в связи с празднованием 750-летия Кёнигсберга-Калининграда помогут области в ближайшем будущем стать известным туристским центром, одной из главных достопримечательностей которого станет средневековая замковая архитектура.

Список литературы

1. Губин А.Б., Строкин В.Н. Очерки истории Кёнигсберга. Калининград: Кн. изд-во, 1991.
2. Кретинин Г.В., Брюшинкин В.Н., Гальцов В.И. и др. Очерки истории Восточной Пруссии. Калининград: Янтарный сказ, 2002.
3. Кудачов В. От Восточной Пруссии до Калининградской области. Калининград: Пром. тип., 2000.
4. Лавринович К.К. Орден крестоносцев в Пруссии. Калининград: ВАРИАНТ, 1991.

5. Чернышев Ю.В. Путешествие по Кёнигсбергу. Калининград: Печатный двор? 2003.

6. Восточная Пруссия. История. Культура. Искусство.: Сборник научных статей. Вып. 1. Калининград: Изд-во КГУ, 2003.

7. www.kra.ru

*А. Шеметулките,
руководитель отдела экономического развития
самоуправления г. Паланги
(Литовская Республика)*

БАЛТИЙСКИЙ ЯНТАРНЫЙ ПУТЬ: ТУРИЗМ, НАСЛЕДИЕ И РЕМЕСЛА

Финансирование проекта и период осуществления:

♦ Проект состоял из двух этапов: подготовка туристического маршрута «Литовский Янтарный путь» (2002—2003) и подготовка туристического маршрута «Балтийский янтарный путь», а также оборудование публичной рекреационной инфраструктуры (2003—2004).

♦ Проект финансировало Европейское сообщество по программе PHARE.

♦ Общий бюджет осуществления обоих этапов — 270 тыс. евро.

Цели проекта:

♦ Укрепить сотрудничество пограничных регионов — Литвы, Латвии и Калининградской области — в развитии туристического маршрута «Балтийского янтарного пути» и в интеграции его в «Европейский янтарный путь».

♦ Внести свой вклад в развитие «бережного» туризма в регионе Балтийского моря.

♦ Создать благоприятные условия для предприятий обработки янтаря малого и среднего бизнеса Паланги.

♦ Приспособить ресурсы культурного наследия и природные ресурсы для туризма и поощрять взаимодействие между

различными социо-экономическими секторами: культурным, туристическим, производственным и ремесленным.

- ♦ Увеличить потоки местного и въездного туризма на побережье путем стимулирования интеграции «Литовского янтарного пути» в «Европейский янтарный путь».

Задания проекта:

- ♦ Развивать и пропагандировать концепцию «Балтийского янтарного пути» как продукта культурного туризма.

- ♦ Улучшить физическое и информационное окружение мест посещения на туристическом маршруте «Балтийский янтарный путь».

- ♦ Улучшить структуру маркетинга янтаря в Паланге.

- ♦ Развивать деятельность демонстрационных мастерских обработки янтаря в Паланге, а также поощрять сотрудничество среди предприятий малого и среднего бизнеса, действующих в секторе обработки янтаря, поощрять деловые контакты с предприятиями по обработке янтаря Латвии, Калининградского региона и Польши.

Исполнители проекта:

- ♦ Координатор проекта — Отдел экономического развития администрации самоуправления города Паланги.

- ♦ Проект помогли осуществить органы самоуправления городов Лиепай и Юрмалы (Латвия), а также Неринги, Музей янтаря в Паланге, Палангская гильдия мастеров обработки янтаря, Калининградский музей янтаря.

Результаты проекта:

- ♦ Созданы туристические маршруты «Литовский янтарный путь» и «Балтийский янтарный путь», подготовлена стратегия маркетинга маршрута.

- ♦ Создан многоязычный Интернет-сайт туристического маршрута [www. balticamberroad. net](http://www.balticamberroad.net).

- ♦ Выпущены туристические издания о маршрутах, а также гид по Музею янтаря в Паланге на литовском, русском, немецком, английском и латышском языках.

- ♦ На объектах маршрута оборудованы информационные стенды и указатели.

- ♦ Оборудована экспозиция об истории янтаря в Каркле (Приморский региональный парк).

- ♦ Улучшена публичная инфраструктура туризма в Ботаническом парке Паланги (оборудованы скамейки, цветники, стоянки для велосипедов, прогулочные дорожки приспособлены для инвалидов).

- ♦ В Паланге реконструированы и оборудованы демонстрационные мастерские обработки янтаря с залом для экспозиций.

- ♦ Приобретено специальное оборудование для обработки янтаря.

- ♦ Спроектировано и изготовлено мобильное выставочное оборудование, витрины для демонстрации и продажи янтаря и изделий из него в мастерских и местах проживания Паланги.

- ♦ Подготовлена стратегия маркетинга деятельности Палангской гильдии мастеров обработки янтаря.

- ♦ Проект представлен на двух международных туристических выставках «Vivattur» (Вильнюс) и «Balttur» (Рига), а также на одной международной выставке изделий из янтаря «Ambergift» (Гданьск).

- ♦ Организована одна демонстрационная трехдневная экскурсия по туристическому маршруту «Балтийский янтарный путь» от Лиепай до Калининграда. В экскурсии приняли участие 30 представителей бюро путешествий, туристического бизнеса и средств массовой информации из Литвы и Латвии.

Воздействие проекта:

- ♦ Возросла туристическая привлекательность прибрежной полосы Литвы, Латвии и Калининграда.

- ♦ Стимулирована конкурентоспособность малого и среднего бизнеса.

- ♦ Укрепились деятельность и бизнес мастеров обработки янтаря.

♦ Природные и культурные ресурсы были приспособлены для туризма.

♦ Созданный и популяризированный туристический маршрут «Балтийский янтарный путь» способствовал местному и въездному туризму.

♦ Проект не является коммерческим, однако прогнозируется его положительное экономическое воздействие на регион взморья. Ознакомительный культурный туризм наиболее благоприятным образом обеспечивает сбалансированное экономическое и социальное развитие территорий региона.

♦ Окрепило партнерство между самоуправлением города Паланги, Музеем янтаря, Ботаническим парком Паланги, Палангской гильдией мастеров обработки янтаря.

♦ Туристическим маршрутом заинтересовались органы самоуправления Гданьска, туристическая ассоциация региона Померании, Исторический музей Гданьска.

А.П. Овсянов,

*начальник отдела по поиску культурных ценностей
научно-производственного центра по охране
и использованию памятников истории и культуры*

**ПАМЯТНИКИ ОБОРОНИТЕЛЬНОГО ЗОДЧЕСТВА —
ВАЖНЕЙШИЙ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ
КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ**

Среди значительных памятников культуры и архитектуры старого Кёнигсберга, сохранившихся до наших дней, имеется много сооружений оборонительного зодчества.

Их история уходит корнями к началу XVII века, когда на территории нынешней Калининградской области решался военный конфликт между Швецией и Польшей. Тогда по проекту профессора математики кенигсбергского университета Йохана Штрауса вокруг Кенигсберга был сооружен первый валь-

ный обвод в составе десятков бастионов, полубастионов и ворот общей протяженностью примерно 15 километров. Кёнигсберг получил статус крепости.

В 1657 году в состав крепости был введен новый элемент — цитадель Фридрихсбург, построенная по проекту придворного математика Христиана Оттера. Здесь получил фортификационное и артиллерийское образование русский царь Петр I.

К сожалению, эти фортификационные сооружения до наших дней дошли лишь фрагментарно.

Фортификационная слава к Кёнигсбергу пришла только в XIX веке, когда Европа залечивала раны наполеоновских войн. Первой от войны восстановилась Россия, и ее опыт был использован в Кёнигсберге, что не скрывают и германские источники.

Исходным моментом создания фортификационных сооружений, сохранившихся до наших дней, следует считать 1840 год, когда в Кёнигсберг прибыл для принятия присяги король Фридрих Вильгельм IV, а главной причиной — появление на вооружении европейских армий новых осадных орудий.

В 1843 году торжественной закладкой оборонительной казармы «Кронпринц» началось строительство второго вального оборонительного обвода, местами совпадавшего с линией первого, уже утратившего свое военное значение. К его проектированию и идеям создания были причастны военные инженеры Грольман, Астер, Краузенек, Монталамбер и многие другие, в том числе и российские (Карбоньер, Опперман и Сухтелен).

За последующие 15 лет в пределах оборонительного вала были возведены 11 бастионов, 2 башни и 10 крепостных ворот.

Подлинной музыкой, застывшей в камне, являлись ворота, построенные в стиле неоготики. Несмотря на довольно внушительные размеры, кенигсбергские ворота не создавали впечатления тяжеловесности и массивности благодаря устремленности ввысь и обилию архитектурных элементов.

Авторы проекта ворот удачно разместили по вертикали фортификацию двух эпох, разделив их поясками и карнизиками. В верхней части большинства ворот имеется зубчатый парапет, как у стен старинных крепостей. Промежутки между зубцами служили открытыми бойницами верхнего боя. К моменту строительства ворот зубцы утратили свое оборонительное значение и стали применяться в качестве декоративных деталей, как напоминание о далеком прошлом...

В верхней части Бранденбургских ворот расположены вимперги - римские фронтоны. Их грани украшены крабами — стилизованными цветками. Вимперги завершаются скульптурно-декоративными стилизованными цветками из песчаника — крестоцветами.

Королевские ворота в верхней части завершаются стилизованными машикулями. Когда-то машикули, располагавшиеся по верхнему краю крепостных стен и башен, имели вертикальные отверстия для сбрасывания камней и стрельбы с целью защиты подошвы стены. С утратой оборонного значения машикули стали использоваться как декоративно-конструктивный элемент. Важнейшими архитектурными элементами Королевских ворот являются турели — стилизованные дозорные башенки и перспективные готические ниши с двухцентровыми арками, которые в сочетании с полуколоннами создают своеобразную светотень, подчеркивающую архитектурные достоинства ворот. Подобный прием в архитектуре называется аркатурным поясом из декоративных ложных арок.

Почти все ворота декорированы со стороны центра города горельефами — скульптурными изображениями героев наполеоновских войн - союзников России. Среди них можно назвать Германа фон Бойена, Эрнста Людвиг фон Астера, Герхарда Иоганна Давида Шарнхорста, Августа Вильгельма Нейгардта Гнайзенау и других.

Нижние ярусы всех ворот — это «дети» Нового времени (середины XIX века), когда на вооружении армий появились новые образцы огнестрельного оружия: пушки с нарезными стволами взамен гладкоствольных и шрапнель вместо картечи.

Фортификаторы ответили на это созданием защищенных капониров, казематов и кордегардий.

Башни Врангель и Дона устроены одинаково, являются фортификационными «близнецами», только планы их разнятся, словно даны в зеркальном отражении. Они тоже памятники неоготической архитектуры; им присущи те же архитектурные элементы, которые есть на воротах. Это крестовые своды казематов, ажурные пояски, полигональная кладка цоколей из камней многоугольной формы, притесанных друг к другу, орнаментальная кирпичная кладка (поребрики, рустики), камни с выступающей лицевой гранью, перспективный, сложнопрофилированный портал входа и многое другое.

Башня Врангель в Кенигсберге именовалась камерой сокровищ, по типу нашей Оружейной палаты или золотых кладовых Эрмитажа. На кирпичной стене гидротехнического устройства, примыкающего к башне Врангель, стоял скульптурный портрет «немецкого Мишеля» (ныне не сохранился) — мускулистого молодого крестьянина, который окидывает взглядом свое поле.

Башня Дона считалась экскурсионным и туристическим объектом и являла собой важнейший памятник истории и архитектуры в сочетании с живописными ландшафтами — Верхним озером, проточным водным рвом и лесным массивом на его берегу. Здесь находились многочисленные прогулочные тропы, смотровые площадки и торговые точки.

Важнейшими составными элементами второго оборонительного пояса были бастионы. Наиболее сохранившимся является бастион Грольман, расположенный на улице Литовский Вал. Он был построен в 1851 году и состоит из следующих элементов: земляной вал с эскарпом, подковообразный редюит, внутренние дворики и комплекс горжевых (тыльных) сооружений.

Следует отметить, что при строительстве фортификационных сооружений второго вального оборонительного обвода широко использовался российский опыт.

Примером российских идей в кенигсбергской фортификации может служить оборонительная казарма Кронпринц, построенная в пятидесятых годах XIX века. В архитектурном отношении ее оформлял художник-пейзажист и архитектор Эрнст Людвиг фон Астер (1778—1855).

Среди главных архитектурных элементов казармы следует отметить отдельные и спаренные окна-амбразуры, перекрываемые многолопастными арками, составленными из трех или большего числа кривых, пересекающихся под острыми углами. Здесь же присутствуют и двухцентровые арки, составленные из двух дуг одинакового радиуса, которые пересекаются в замке под тупым углом. Привлекают внимание звездчатые арки, образованные сопряжением двух дуг равного диаметра, соприкасающихся внешними сторонами.

В верхней части казармы находится архитектурно оформленный парапет, зубцы которого до наших дней сохранили боевое (а не архитектурное) значение. На стороне казарменной башни, обращенной во внутренний двор, в зубцах размещаются бойницы — вертикальные щелевидные отверстия для стрельбы из ручного оружия. Сейчас они являются архитектурными элементами.

Таким образом, к 1860 году второй оборонительный вал Кёнигсберга в основном был построен.

Однако за эти годы не стояло на месте и развитие крепостной осадной артиллерии — главного соперника фортификации. Франко-прусская война показала несостоятельность бастионных оборонительных поясов, окружавших города в непосредственной близости от их границ. Для защиты Кенигсберга от дальнобойных пушек было принято решение выносить фортификационные сооружения за пределы города. Так, начиная с 1872 года вокруг города создавался новый фортовый пояс, который через 20 лет имел в своем составе 12 фортов и 3 промежуточных сооружения. Правда, по окончании строительства началась и модернизация пояса из-за появления новых фугасных снарядов.

Форт представляет собой вытянутый по фронту шестигранник — центральное сооружение размером 360×180 метров, окруженное водным или сухим рвом шириной 20—25 метров.

Симметрично расположенное центральное сооружение включало в себя казармы для солдат и офицеров, госпиталь, кухню и столовую, склады боеприпасов, продовольствия и снаряжения, караульное помещение и другие вспомогательные объекты. Два внутренних дворика служили транспортными развязками и укрытиями для фортовых орудий. Все подземные казематы имеют сводчатое очертание и выполнены из многократно обожженного керамического кирпича.

Большинство фортификационных сооружений, возведенных во второй половине XIX века, дошли до наших дней и представляют собой памятники истории, культуры, оборонительного зодчества, инженерной мысли и строительного искусства. Это значительный историко-культурный потенциал Калининградской области.

К сожалению, оценили мы этот потенциал только в 90-е годы прошлого века, когда с ужасом осознали, что в уникальных туристических объектах — памятниках, возведенных и с помощью российских военных инженеров Карбоньера, Тотлебена, Оппермана и Сухтелена — разместили склады, мастерские, пилорамы, автобазы и многое другое, сделав всевозможные пристройки, надстройки и перепланировки.

А между тем калининградские памятники оборонительного зодчества уникальны. Они расположены на «тропах» туризма компактно, разнообразны, выразительны и имеют стилиевые особенности неоготики.

Уникальность их подчеркивается и международным сообществом. Калининградские специалисты в области фортификации принимают участие в международных форумах (Швеция), а собранные в Калининграде архивы были выставлены на международной выставке в Копенгагене (Дания).

Международная практика показывает, что там, где существует опасность забвения чего-либо значимого, создаются му-

зеи, которые способствуют восстановлению утраченного или гибнущего.

В Калининграде учрежден региональный негосударственный музей фортификации и техники на базе форта № 5. По моему мнению, он должен стать центром возрождения памятников оборонительного зодчества и так популярного сейчас фортификационного туризма.

Форт № 5 будет средоточием былых фортификационных идей прошлого, и не только Калининграда, России, но и сопредельных стран. В его музейной экспозиции будут представлены все наиболее значимые фортификационные сооружения мира, России и Калининграда, образцы строительных материалов разных эпох, строительные инструменты, чертежи и фотографии. Музейным экспонатом является и сам форт — как памятник истории, инженерной мысли и строительного искусства.

Функционирование музея поднимет фортификационную туристическую значимость Калининграда.

*С.Ю. Соколова,
заведующая музеем «Фридландские Ворота»
www.friedlander-tor.gazinter.net*

**МУЗЕЙ «ФРИДЛАНДСКИЕ ВОРОТА»
КАК ЦЕНТР ПРИТЯЖЕНИЯ ТУРИСТОВ**

Из всех имеющихся видов туризма, по общемировой статистике, свыше 75 % его объема составляет так называемый «культурный туризм», когда туристы посещают другие регионы и страны, чтобы ознакомиться с культурно-историческим наследием, поучаствовать в ярких событиях, набраться новых впечатлений.

По данным комитета по туризму Калининградской области, этот процент для въезжающих в нашу область туристов значительно меньше — 36 %, что говорит о недостаточном

позиционировании региона как богатого архитектурными достопримечательностями, а также об остроте проблемы сохранности и популяризации имеющихся на территории области памятников архитектуры.

Именно культурно-историческое наследие является основой развития культурно-познавательного туризма. Составляющими этого наследия являются, прежде всего, памятники архитектуры — «в камне застывшая музыка». А сотрудников музеев, расположенных в архитектурных памятниках, можно сравнить с музыкантами, которые эту музыку бережно извлекают. Почему туристические маршруты проложены в замок Инстербург (г. Черняховск) и не пролегают через более сохранившийся объект — замок Рагнит (г. Неман)? Ответ очевиден: в Инстербурге кипит жизнь, работают энтузиасты некоммерческой организации «Дом-Замок», проводящие интересные экскурсии по замку, рассказывающие об его историческом прошлом, организуются рыцарские турниры и многое другое, что привлекает туристов.

Сейчас турфирмы уже подумывают о включении в свои маршруты посещение отреставрированных Королевских ворот: там создается новый интересный объект — филиал музея Мирового океана — музей Великого посольства.

Практически все наиболее посещаемые туристами в ходе культурно-познавательного туризма достопримечательности Калининграда так или иначе связаны с музейной деятельностью — Кафедральный собор, Музей янтаря, корабли на набережной Петра Великого.

Поэтому преобладающее над другими видами туризма посещение памятников истории и архитектуры предопределяет развитие центров притяжения туристов именно путем музеефикации как можно большего числа интересных с точки зрения въездного историко-познавательного туризма объектов. По данным крупнейшего специалиста в музеологии, редактора справочника «Указатель музеев мира» д-ра Кеннета Хадсона (Великобритания), ежегодный прирост музеев во всем мире

составляет около 10 % за пятилетие! Можно смело утверждать о повышении значимости музеев для формирования культурного и делового имиджа как города, так и региона в целом.

Что же — с точки зрения привлекательности для туриста — могут предложить современные музеи? Рассмотрим этот вопрос на примере музея «Фридландские ворота», появившегося в городе Калининграде всего три года назад.

1. *Архитектура.* Музей расположен в памятнике архитектуры XIX века, это часть фортификационных сооружений Кёнигсберга. Всего в системе вторых вальных укреплений Кёнигсберга было девять въездных ворот, до настоящего момента сохранилось семь. Облик каждого ворот был уникален, они были украшены различными элементами господствовавшего тогда стиля неоготики, на многих были скульптуры и барельефы наиболее значимых для истории Восточной Пруссии деятелей. С внешней стороны ворот, над центральной частью, находится скульптура (к сожалению, поврежденная) Великого магистра Зигфрида фон Фойхтвангена — основателя Среднего замка в Мариенбурге (г. Мальборк, Польша). Он представлен в рыцарском снаряжении, со шлемом на голове. В правой руке магистр держит модель замка в Мариенбурге, а в правой грамоту, в которой говорилось о его избрании на должность.

2. *История.* Фридландские ворота — единственные из сохранившихся семи ворот, в которых расположен музей. И это же единственное место в городе, где наиболее полно раскрываются темы основания крепости Кенигсберг, ее развития, строительства первых и вторых вальных фортификационных укреплений, Семилетней войны и периода правления русских губернаторов в Кёнигсберге, наполеоновских войн, роли Восточной Пруссии в Первой и Второй мировых войнах.

3. *Исторические реконструкции.* Самая динамично развивающаяся услуга современных музеев. Посетителю предлагается не только ознакомиться с музейной экспозицией, но и «окунуться» в эпоху — стать зрителем или участником рыцарского турнира, побывать в лагере «викингов» или почувствовать себя «прекрасной дамой». Самым ярким примером исто-

рической реконструкции в деятельности музея является проведение международного средневекового фестиваля «REGIOMONS. Королевская Гора», который с 2004 года проводится на территории парка им. 40-летия ВЛКСМ. В прошлом году участниками фестиваля стало более 100 человек из разных регионов России (Казань, Тула, Москва), Латвии и Польши. В рамках фестиваля проводились рыцарские поединки, звучала средневековая музыка, было продемонстрировано великолепное огненное шоу в духе Средневековья. Помимо этого зрителям было предложено поучаствовать в стрельбе из лука, метании топора, вытачивании янтарных бусин и других интерактивных действиях. По приблизительным оценкам, число посетителей этого великолепного праздника достигало 5 тысяч человек.

Помимо столь масштабных мероприятий музейные работники стараются использовать метод исторических реконструкций и при организации других мероприятий, проводимых в музее. Это, например, макет Гросс-Егерсдорфского сражения (1757) с 2500 оловянными фигурками, предоставленный НКО Фонд «Дом-Замок» (г. Черняховск) в рамках проекта «Музеи области — в Калининграде». Он пользовался неизменной популярностью у детей, и на его основе проводились интересные уроки по истории Семилетней войны и периоду правления русских губернаторов в Кенигсберге.

На открытии выставки музея из г. Багратионовска посетителей встречали солдаты в униформе русской армии эпохи наполеоновских войн, являя собой «оживших» свидетелей знаменитого на всю Европу сражения под Пройсиш-Эйлау.

Такие элементы игры, основанной на подлинных исторических реконструкциях, позволяют оживить музейную деятельность, отойти от устаревшего понятия «музей-храм», сделать музеи более привлекательными для детей и туристов.

4. *Концертная деятельность.* Музей активно сотрудничает с ансамблями старинной музыки, исполняющими музыку эпохи Ренессанса, менестрелей и трубадуров средневековой Европы. Старинная миниатюра в нашем городе звучит особо.

Дух и мысли ушедших времен будто поселились в старых кирпичных стенах, эхом отражаясь от сводов ворот. В музее выступают два профессиональных коллектива, исполняющих старинную музыку — «Миниатюра» и «Ренессанс», лауреаты различных фестивалей как в России, так и за рубежом. Мини-концерты для экскурсионных групп ансамбля «Ладо», исполняющего старинную русскую светскую и духовную музыку, пользуются неизменной популярностью у иностранных туристов.

5. *Экскурсионная деятельность.* В этом году совместно с Музеем янтаря, расположенным в башне Дона (вторые вальные укрепления Кенигсберга) был разработан общегородской туристический маршрут «Фортификационные сооружения Кенигсберга». Вовлечение в этот маршрут филиала Музея Мирового океана — Королевских ворот — и будущего музея на базе форта № 5 позволит говорить о межмузейном сотрудничестве и выйти на рынок туристических услуг с новым для музеев города продуктом — городскими экскурсионными маршрутами. Представляется, что создание городских экскурсионных маршрутов и непосредственная работа на них сотрудников музеев позволят поднять качество обслуживания туристов, разработать новые оригинальные туристические маршруты. Особенно актуальной является проблема удовлетворения имеющегося спроса на экскурсии по городу для малых (от 4 до 10 человек) групп. Создание единой системы заказа и проведения таких общегородских экскурсионных маршрутов позволит музеям занять имеющуюся на рынке нишу.

По мнению ряда ведущих мировых экономистов и политологов, в ближайшие годы культура (а музеи — это не что иное, как часть культурного пространства) станет движущей силой возникновения новых социально-экономических структур, культура — как общественный капитал — будет играть для экономического развития более важную роль, чем международные денежные потоки и инфраструктуры.

Памятники культуры и события культурной жизни являются важнейшей составляющей маркетинга туризма, факто-

ром инвестиционной политики, важнейшую роль в которой играет формирование и продвижение привлекательного образа города. В нынешних условиях впервые в истории города культура из вторичного феномена становится центральным градобразующим комплексом.

Но увеличение эффективности деятельности музеев как части историко-культурного потенциала региона (и, возможно, его наиважнейшей части!) возможно лишь при условии тесного взаимодействия и партнерства со стороны потребителей услуг музейного продукта — туристических фирм — и понимании роли музеев в формировании имиджа региона как привлекательного для въездного туризма со стороны административных структур.

М.А. Ядова,
заместитель директора Музея янтаря
по связям с общественностью

МУЗЕИ И ТУРИЗМ.
РОЛЬ МУЗЕЕВ В ФОРМИРОВАНИИ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА ГОРОДА

Во времена Советского Союза в нашей области работали: Калининградское бюро путешествий и экскурсий, бюро молодежного туризма «Спутник» и туристические бюро в Светлогорске, Зеленоградске, Советске, Черняховске и Гусеве. Каждое бюро было ориентировано как на прием туристов, так и на их вывоз за пределы области, имело в своем штате методиста, разрабатывающего экскурсионные маршруты, экскурсоводов, закончивших девятимесячные курсы и успешно сдавших экзамены. Все сотрудники бюро могли интересно рассказать о природе, климате края, его полезных ископаемых, истории, памятниках архитектуры и культуры. Туристические маршруты были разработаны, утверждены и действовали успешно.

Сегодня ситуация несколько иная. Отдельные маршруты морально устарели, стали невостребованными. И наоборот: жизнь диктует необходимость новых разработок.

На сегодняшний день в Калининградской области зарегистрировано более 100 туристических фирм. Одни из них принимают туристов, организуя для них отдых в Калининграде и области, другие отправляют калининградцев за пределы региона, предлагая заманчивые туры по Европе, экзотическим странам, городам нашей страны.

В контексте нашей темы подробнее остановимся на первых из них.

Представим ситуацию, довольно типичную для нашего города: человек приезжает в Калининград. Он — не организованный турист, он приехал в гости. Его знакомые, родственники выступают в роли гидов, знакомят его с достопримечательностями города. Они ведут гостя в музеи, показывают памятники архитектуры, в лучшем случае еще свозят в Светлогорск или на Куршскую косу. Минимальная «культурная» программа выполнена. А если человек приехал в командировку — его пребывание в нашем городе развивается по другому сценарию. Всю неделю с утра до вечера он занят на производстве, в фирме, учреждении. Наступают долгожданные выходные, кажется, что именно сейчас можно познакомиться с неизвестным городом. Но не тут-то было. Информация в гостиницах — это наши музейные буклеты и реклама увеселительных заведений города. А если человек заинтересован в получении новых знаний, впечатлений, то тут он терпит фиаско. Он не знает, где можно заказать экскурсию по Калининграду, по городам-курортам и т. п. Но он — человек разумный. Он обращается в ближайшую туристическую фирму, название которой успел заметить по дороге в отель. Но и тут — неудача: именно эта фирма (ну такой он невезучий оказался) приемом туристов не занимается. Она предлагает ему отдых в Египте, на Таити, экскурсии по городам Европы, по замкам Франции, может отправить его искупаться в аквапарк в Миколойки, но экскурсию по городу предоставить не может. И тогда наш горе-турист, отчаявшись, что весь Калининград ему посмотреть не удастся, вспоминает про музейную брошюрку, которую он прихватил в холле гостиницы. Ура! Музей получает своего посетителя, а

музейный экскурсовод — кучу вопросов по городской тематике и просьбы по предоставлению адресов и телефонов туристических фирм, да и самого телефонного аппарата тоже.

Возникает закономерный вопрос, а точнее, два извечных, наших, российских: что делать? и кто виноват? Ответ на второй вопрос предоставим искать политикам, а с первым попробуем разобраться.

В советское время приезжая, например, в Москву, Ленинград, выстроить для себя «культурную» программу не составляло труда. Стоило только подойти к информационному киоску, выбрать из предлагаемого списка интересующую тебя экскурсию с перечнем достопримечательностей, заплатить за нее и в определенное время в определенном месте ты можешь сесть в ожидающий тебя автобус, чтобы получить положенную порцию экскурсионного материала. Сегодня за опытом так далеко ходить не надо. Можно обратиться к нашим ближайшим соседям, например к Польше. Там в центре даже небольшого городка ты найдешь на здании или на киоске две крупные буквы **IT** (туристическая информация), где сможешь узнать о наличии мест в гостиницах, о туристических маршрутах, приобрести сувениры. В нашем городе подобные информационные центры отсутствуют. Но необходимость в них давно назрела. Почему бы музеям не выступить в роли первопроходцев и не разместить информационные центры в своих холлах? Ведь в музеях большое количество посетителей, и не все они организованные.

Например, Музей янтаря ежегодно принимает до 150 тысяч человек. Такая же картина и в Музее Мирового океана. Могу предположить, что приблизительно такое же количество экскурсантов проходит ежегодно и через музей Кафедрального собора. И большинство из этих людей не имеют целостной туристической информации. Так почему бы не восполнить нам, музейщикам, этот пробел? Так или иначе, часть этих функций мы все равно выполняем из вежливости, оказывая помощь нашим посетителям. И кому как не нам, музейным сотрудникам, хорошо известна необходимость создания новых

туристических маршрутов. Ведь каждый день мы выслушиваем различные предложения от наших посетителей.

В сложившейся ситуации музеям приходится брать на себя функции, не присущие им. Сегодня разработкой городских туристических маршрутов, включающих и посещение собственного музея, занялось большинство музеев города. Музей Мирового океана разработал маршрут «Золотое кольцо», или «Властелины кольца», Музей янтаря и музей «Фридландские ворота» создали маршрут по фортификационным сооружениям города; Музей янтаря разработал также туристический маршрут «Дорогами янтарных легенд».

Создавая центры туристической информации в музеях, мы, работая совместно, сможем предлагать все маршруты, разработанные музеями (и не только), увеличим приток посетителей, заведем новых партнеров.

Янтарь — символ нашего края, камень, объединяющий страны Балтийского моря. Интерес к нему не иссякает, потребность в новых, более глубоких знаниях очевидна.

Предлагаемый маршрут «Дорогами янтарных легенд» предполагает остановку туристических групп в разных точках, но объединенных одной темой — «Янтарь». В маршрут входят:

1. Музей янтаря (расположен в башне Дона, памятнике архитектуры середины XIX в.), где происходит знакомство с янтарем-минералом и его использованием с древнейших времен до наших дней. Посетители смогут приобрести изделия из солнечного камня в сувенирных лавках фирмы «Кенигсланд», а также купить в книжной лавке книги по краеведению, искусству, в том числе о Янтарной комнате.

2. «Дом Советов» — место, где находился Королевский замок с богатейшей коллекцией включений в янтаре и изделиями XVII — XVIII вв. В нем во время войны находилась знаменитая Янтарная комната. Там сейчас ведутся археологические раскопки, и есть возможность посмотреть древние фундаменты и находки.

3. Кафедральный собор, основанный Тевтонским орденом в XIV в. Орден проводил экономическую политику, рассчитанную на повышение ценности янтаря, путем введения «янтарных регалий».

4. «Янтарная каюта», расположенная на борту бывшего научно-исследовательского судна «Витязь» — главного экспоната Музея Мирового океана, даст представление об одном из интереснейших музеев Калининграда.

5. Проезд по Ленинскому проспекту Калининграда даст возможность посетить любой магазин, где можно приобрести янтарные изделия.

6. Далее идет дорога на пос. Янтарный, в котором предполагается посещение современного янтарного производства на ООО «Янтарная лагуна», где можно познакомиться со всеми циклами переработки янтаря. Это Янтарный комбинат в миниатюре. Производство размещено на двух этажах в здании, специально приспособленном для проведения экскурсий: стены со стеклопакетами, дают возможность, не мешая работе предприятия, осматривать цеха. На территории, прилегающей к зданию, предусмотрены общественные туалеты и летние кафе.

7. Знакомство с «Янтарной лагуной» дополняет посещение отработанного карьера, зримо представляющего способ современной добычи янтаря. Его посещение свободно и бесплатно.

8. Завершается экскурсия почти в начальной точке, у архитектурного комплекса башни Дона, но внимание переключается на Росгартенские ворота, где в настоящее время находится рыбный ресторан «Солнечный камень». Экскурсантам предлагается в нем отобедать.

В ходе движения от остановки к остановке экскурсовод коротко дает представление об истории нашего края. Так, движение от Музея янтаря к «Дому Советов» происходит по Росгартенскому району Кенигсберга, рассказ о котором начинается еще на смотровой площадке, на крыше башни Дона. Собор и «Дом Советов» находятся на месте трех древних городов: Либенихт, Альтштадт и Кнайпхоф. По пути от Север-

ного вокзала до пос. Янтарного туристов можно ознакомить с материалами о янтаре, которые не представлены в Музее янтаря. Обратный путь сопровождается рассказом о природе нашего края, к которой янтарь имеет прямое отношение.

Продолжительность экскурсии — 6 часов.

Подобных маршрутов на темы, связанные с деятельностью музеев, может быть множество, в зависимости от интересов населения и туристов, посещающих наш город.

Н.П. Перетьяка,

*председатель Калининградского регионального
общественного фонда культуры*

МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ КАЛИНИНГРАДСКОЙ КУЛЬТУРНОЙ ЖИЗНИ В КАНУН ЮБИЛЕЯ

Понятие «город» будет присутствовать в моем сообщении как основное, и я постараюсь его осмыслить в социально-философском изложении. Но еще важнее соотнести понятие «исторический город» в применении к имени Калининград-Кенигсберг, Кёнигсберг-Кёлининград и к определению праздничных событий 750-летия Калининграда, согласно обозначению этого названия в официальных документах.

Эта официальная ипостась, как это ни печально, продолжает советскую традицию, которая формировала сознание жителей нашего города с 1945 года, в представлениях о нем как о «молодом городе российской окраины». Так говорит об этом в своей книге «Калининград — судьба моя» В.В. Денисов: «Медленно собирался здесь, на новой российской окраине, пришлый люд со всей великой Руси, медленно создавалась для него производственная и социальная среда — это непреложный факт. Долгие годы у большинства калининградцев неизменным оставался рискованный для существования домашний адрес — развалка; бытовали “чемоданные” настроения среди переселенцев. Помнится, даже в спортивных баталиях “боле-

ли” не за местные команды, а за других своих земляков: смолян, воронежцев, курян... Лишь много позже у населения прочно укрепился свой калининградский патриотизм. Это произошло тогда, когда народ крепко осел на местной земной тверди, немало создал своими руками, возродил промышленность края, построил такое, чем можно было и гордиться».

А вот официальное и открытое осмысление понятия исторического города началось много позднее, по прошествии сорока с лишним лет, в конце 80-х годов. И происходить это стало по причине того, что образ исторического города был прочно укоренен в подсознании нынешних и прежних жителей нашей области, потому что именно в глубинах подсознания формируется восприятие мира.

Очень часто любое явление, событие начинает существовать, когда оно поименовано, определено *словом*. Вот и образ исторического города приходит в жизнь калининградцев с открываемыми литературными текстами о Кёнигсберге в воспоминаниях А.Т. Болотова, Н.М. Карамзина, М.Е. Салтыкова-Щедрина и других русских классиков. А книга стихов поэта-переводчика Сэма Симкина «Свет ты мой единственный» дарит поэтический дух старого города. Много признаний любви к городу в текстах калининградских писателей: Юрия Иванова, Сергей Снегова, Олега Глушкина, Олега Павловского, Валентина Зорина. Особенно интересны откровения ярких и самобытных современных писателей — Валентины Соловьевой и Юрия Буйды, калининградцев по месту рождения — о том, что неизвестные страницы довоенной истории заменяли им в детстве устные мифы о прошлом этой земли.

По прошествии почти 50 лет советского периода мощь энергии этой земли, многовековая интереснейшая ее история и историческая память смыли идеологическую пустышку, хоть и мастерски исполняемую, и жизнь калининградцев стала наполняться иными историческими фактами и смыслами.

Но здесь возникает резонный вопрос: насколько массовое сознание было готово к этому новому содержанию? Достаточно ли воли и самосознания у элиты, участвующей в общест-

венном строительстве и принятии управленческих решений, на то, чтобы удерживать это новое содержание в своей деятельности? Проверкой всего этого и стал 2005-й — юбилейный год, год подготовки к главным событиям.

У разработчиков юбилейной идеи — совета регионального фонда культуры и ее инициатора в 2001 году Александра Попадина — было и остается осмысленное понимание того, что у этой идеи в деятельностном залоге есть ресурс из нескольких составляющих: политической, экономической, культурологической и социальной. Причем самая важная, как нам кажется, составляющая — культурологическая, которая обеспечивает широкомасштабное осмысление и построение прочных оснований жизни в масштабах исторического города, соотносящего себя в европейском измерении с материковой Россией.

Из последнего тезиса на авансцену рассуждения выходит не только образ города, но и образ человека в его культурной деятельности. Но человек может здесь рассматриваться только в контексте функционирования культуры.

Обратимся к исследованию ученых Российского государственного университета им. И. Канта Н.В. Андрейчук и Л.М. Гаврилиной [1]. Исходя из исторического факта, что Калининградская область находится на земле, где 700 лет развивалась немецкая культура, а у русской культуры здесь нет исторических корней, можно утверждать, что именно это обусловило сложный характер функционирования культурного организма.

Ученые предлагают представить структуру бытия культуры, воспользовавшись известной схемой М.С. Кагана [2], по которой культура предстает в виде системы с тремя модусами: человек — деятельность — предметный мир. Человек как носитель культуры в процессе общения и деятельности воплощает свою внутреннюю культуру в предметную среду. А среда в свою очередь воздействует на человека. Эти три модальности, обозначенные М.С. Каганом, взаимодействуя, перетекают одна в другую, но сохраняют при этом известную автономность.

Исследование ученых позволяет сделать вывод, что в послевоенном Кёнигсберге процесс взаимодействия модальностей культуры был нарушен. Переселенцы принесли с собой внутреннюю культуру — русскую, советскую. Здесь они столкнулись с внешней культурой — немецкой. Диалог культур начался с конфликта, который был продолжением войны иными средствами.

После долгого периода противостояния и борьбы можно с осторожностью говорить о восстановлении механизма функционирования культурной системы. Мы перестали делать вид, что история Калининграда началась с 1945 года, изучаем историю и культуру земли, восстанавливаем памятники архитектуры, наполняя их новым культурным содержанием.

Мы очень любим поговорить об особой ментальности калининградцев, озабочены поиском своей идентичности.

Ученые в качестве гипотезы допускают возможность формирования здесь особой этнической общности и даже употребляют термин «этнокультурный феномен».

И вот в это наше социокультурное пространство, которое можно определить термином «становящееся», входит в соответствии с политической волей, государственностью и солидным финансовым обеспечением «ставшее» московское: деятельность и содержание российской метрополии. Мощнейшее предъявление это нашло уже в реализации проекта «Балтийские сезоны» в 2004 году. Это «ставшее» просто снесло все наше зыбкое предъюбилейное содержание, юбилейная идея 750-летия города стала конъюнктурным брендом, а миф превратился в реальность.

Еще никогда город не сотрясали такие масштабные перемены. Но за развороченными дорогами и перспективами благоустройства города мы должны видеть главные социокультурные процессы: смену культурных знаков. Устоявшийся в сознании знак Кафедрального собора на острове Канта как символ города уходит на второй план, а на первый выдвигаются Королевские ворота, где планируется главная сцена

праздника — для встречи Президента России В.В. Путина и глав европейских государств стран-соседей в основные дни праздника — 1, 2 и 3 июля.

Уже не миф, а зримая реальность: Храм Христа Спасителя, преобразующий не только площадь Победы, а весь город, уже сегодня окормляет своими золотыми маковками души калининградцев и вызывает восторг и восхищение.

В городе происходит как бы смена декораций. Очевидно, что после 3 июля мы будем жить в другом городе, с иным статусом и четко очерченным европейским будущим. И нам опять предстоит ответить на вопрос: где миф, а где реальность?

Все происходящие процессы требуют рефлексивной работы не только ученых, но и общественности, представляющей сферы культуры и образования. Поэтому начатый фондом культуры Форум идей к юбилею города будет иметь развитие под названием «Форум-750 продолжается».

Особое значение в осмыслении культурно-исторического пространства Калининградской области приобретает сотрудничество в этом направлении с Польшей, Литвой, Германией в совместном освоении бывшей геополитической территории «Восточная Пруссия», которая в настоящее время находится под юрисдикцией трех стран: России, Польши и Литвы. И именно в этой плоскости следует, в первую очередь, строить идеологию туристской деятельности и взаимодействия турфирм, рассматривая инфраструктуру этого пространства для формирования турпродукта адресно для европейских и российских туристов.

А эта практическая деятельность должна обеспечиваться теоретическими пространствами международных семинаров и конференций, подобных настоящей в рамках калининградского «Янтура».

Готовя туристические программы для гостей города, можем ли мы ответить сегодня на вопрос: «Юбилей какого города мы отмечаем?». Думаю, что нет. Потому что словосочетание «750-летний юбилей Калининграда» — это очередная гримаса истории. И только через настоящее и подлинное от-

ношение к истории и судьбе Города мы можем понять его историческое прошлое и будущее.

Список литературы

1. *Андрейчук Н.В., Гаврилина Л.М.* Инкультурация личности в условиях калининградского социума // Калининградский социум в европейском измерении: Сб. ст. / Под ред. А.П. Клемешева, Г.М. Федорова. Калининград, 2004. С. 41—49.

2. *Каган М.С.* Эстетика как философская наука. СПб., 1997. С. 95—107.

П.Н. Федоров

*генеральный директор Компании
проектного финансирования (г. Калининград),
профессор Государственной академии управления (г. Москва)*

ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

Туризм является одним из наиболее прибыльных видов предпринимательства в мире и занимает нишу объемом свыше 7 % мирового капитала. Много лет проработав в «нефтянке», я могу утверждать, что туризм как высокодоходная отрасль сравним по эффективности инвестиционных вложений с нефтегазодобывающей и нефтегазоперерабатывающей отраслями экономики.

По темпам роста туризм занимает третье место в мире, и в ближайшие несколько лет доля инвестиций в эту отрасль экономики достигнет 30 % и выйдет на первое место. В настоящее время в туристической отрасли стран ЕС занято до 65 % всего рабочего населения. Ежегодное увеличение рабочих мест в туристском бизнесе в государствах ЕС достигло 1,5 %, и к концу 2010 г. возникнет потребность в дополнительных трудовых ресурсах — от 2,5 до 3,5 млн чел. По данным Всемирного совета по туризму и путешествиям, в ближайшие 15 лет количество рабочих мест на мировом туристском рынке возрастет на 130—150 млн.

Калининградская область, равно как и вся Россия, в этом секторе экономики занимает весьма скромные позиции при огромном потенциале (Россия — менее 1 % мирового туристического потока). И это при том, что туризм является наименее капиталоемкой и наиболее «демократичной» с точки зрения размеров и условий капиталовложений отраслью экономики, в развитие которой выгодно вкладывать деньги.

Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ» от 1996 г. признал туризм приоритетным направлением развития экономики страны. В составе Минэкономразвития РФ создан Департамент туризма, Россия вступила во Всемирную ассоциацию туризма.

С учетом богатого ландшафта Калининградской области туризм может стать «прорывной» отраслью, способной структурно изменить экономику анклава в ближайшие 7—10 лет. Для серьезных предпринимателей, планирующих бизнес в Калининградской области, сфера туризма является наиболее благоприятной с точки зрения долгосрочных перспектив. Причина простая — большая емкость рынка, находящегося в стадии становления.

Не воспользоваться этим — грех для бизнесмена, причем я хотел бы отметить необходимость развития въездного туризма — именно он способствует созданию новых рабочих мест на селе, активному включению в экономический процесс депрессивных территорий и гармоничному развитию области, увеличению доходной части бюджетов всех уровней. Именно он может обеспечить социально ориентированное развитие и занятость распределенного на большой территории населения, сокращение бедности.

Для развития туризма необходимы серьезная работа над его инфраструктурой, создание эффективных механизмов реализации малых и микроинвестиционных проектов в сельской и городской местности, налаживание эффективной системы управления этой отраслью. Надо сломать устоявшиеся негативные мифы о Калининградской области и создать благопри-

ятный имидж, активизировать рекламно-информационную деятельность и стимулировать продвижение региональных турпродуктов. Необходимость этого вызвана тем, что наша область, хорошо известная в Европе, имеет, к сожалению, негативный имидж.

Остановлюсь на *общих вопросах экономики туризма*.

Устойчивое развитие Калининградской области, по моему убеждению, может идти по трем направлениям:

- освоение информационных и других высоких технологий, развитие инновационного предпринимательства;
- организация экспортно-ориентированных производств с максимальной добавочной стоимостью в цене производимого товара;
- развитие международного въездного туризма.

В последнем случае огромный потенциал развития туризма в виде природного ландшафта, удобного географического расположения, наличия свободной рабочей силы необходимо принять в качестве одной из основных предпосылок при разработке стратегического плана развития области, так как реализация этого потенциала позволит не только поднять экономику, сократить бедность, которую, заметим, не в силах сократить многомиллионные инвестиции в другие отрасли, снять нарастающую социальную напряженность, но и ускорить интеграционные процессы России и ЕС.

Приведу один пример. По данным исследований ученых, озвученных в прошлом году на нашей конференции польским коллегой, емкость только российской части Калининградской косы при создании необходимой инфраструктуры составляет 80 тыс. человек. Такое количество туристов и отдыхающих могла бы принимать она в перспективе. Простые расчеты показывают, что при 80 %-ном заполнении в летний период и 20 %-ном — в остальное время и весьма скромных средних расходах гостей в 30 евро (проживание, питание, развлечения) в день годовой оборот составит свыше 250 млн евро.

Согласно экономической теории страны, владеющие большим капиталом, должны экспортировать капиталоемкие товары и импортировать трудоемкие товары. В этой связи развитие въездного туризма есть не что иное, как симбиоз обоих проявлений и представляет собой организацию производства экспортно-ориентированных услуг с высокой добавочной стоимостью со всеми признаками синергетического эффекта, на котором я чуть позже остановлюсь.

Для международного туризма важными факторами производства туристского продукта являются природные ресурсы, историко-культурные памятники, их качественные характеристики. Они приобретают экономическое значение в зависимости от степени доступности и эксплуатации для целей туризма. Следующим важным фактором производства турпродукта следует определить трудовые ресурсы и их качество, поскольку, как и любая сфера обслуживания, туризм является трудоемким сектором экономики. Отметим существенную особенность — неоднородность фактора труда: значительная потребность в менеджерах низшего звена и достаточно ограниченный спрос на квалифицированных топ-менеджеров. Поэтому необходимо создание системы подготовки первых в вузах и колледжах области, а в качестве вторых, видимо, — привлечение иностранных менеджеров или обучение своих в Европе.

Проблемы и пути их решения. По международным меркам все туристические фирмы — субъекты малого и микробизнеса. Для них наиболее важным моментом является получение необходимого финансирования. В Калининградской области банковские ресурсы для кредитования малого и среднего бизнеса явно недостаточны, но главное в другом: банки не готовы к этому виду деятельности, им она неинтересна, так как для них более выгодными являются краткосрочные кредиты под торговые операции. Как и по всей России существует проблема высоких процентных ставок по кредитам. Реальным путем ускоренного развития въездного туризма стало бы создание специального регионального фонда софинансирования проектов в сфере туризма, который помогал бы гасить про-

центы по кредитам в течение нормативного срока реализации проекта, причем органы власти могли бы стать гарантами для инвесторов.

Все мы понимаем простую истину: без поддержки руководства области и муниципальных образований турфирмам не решить задачи привлечения туристов и тем более устойчивого роста туристических потоков в наш регион. Для Калининградской области главной «фишкой» развития въездного туризма является его ландшафтный потенциал, поэтому заранее предполагается использование природных ресурсов. Но сегодня наша область проигрывает соседям по степени «раскрученности» различных турпродуктов с использованием природного ландшафта. Необходимы региональная политика и стратегическое планирование, ориентированные на формирование туризма как высокодоходной и весьма перспективной отрасли экономики региона.

Развивать въездной туризм на территории Калининградской области необходимо вместе с соседними странами — акцент на интегрированные трансграничные специализированные туристические маршруты, например в рамках Еврорегионов. Некоторые районы нашей области знамениты древними археологическими памятниками и имеют значительный этнографический потенциал. Однако для того, чтобы связать культурно-историческое, этнографическое наследие приграничных регионов в единое целое, например в рамках проекта «Терра Мюнхгаузен», нужны инвестиции. Сегодня в России на 1 млн жителей приходится 10 музеев, в то время как в Нидерландах — 35, в Германии — 32, в Чехии — 34.

Сегодня по уровню состояния материальной базы туризма на территории России Калининградскую область можно отнести к региону с низким уровнем развития материальной базы. Обычно для нашей области считается перспективным реконструкция и расширение туристских объектов в Калининграде, Зеленоградске, Светлогорске, на Куршской косе, создание тематических парков, центров курортного туризма. Следует поменять эту парадигму на другую: «Тотальное развитие туризма».

Учитывая широкие возможности для организации специализированных туристических маршрутов (водных, велосипедных, сплавных, спортивных), охоты и рыбалки, Калининградская область нуждается в сети малых и микрогостиниц, включая плавучие, гостевых домов, туристических лагерей, ресторанов, кафе, мини-цехов и магазинов народных ремесел, интегрированных в цепочки туробъектов и рассчитанных на кратковременное пребывание — 1—3 дня в каждой из точек.

В частности, наша Компания считает, что одним из наиболее перспективных для развития экологического, спортивного и рыболовного туризма является внутренняя акватория области.

Эффективность туризма. Ее можно повысить, а заодно и стимулировать развитие учреждений культуры, гостиниц, решить проблему занятости путем создания специализированных маршрутов, включающих отреставрированные объекты, инфраструктуру отдыха, питания, развлечений путем привлечения профессиональных гидов и обеспечения европейского уровня обслуживания. Только в этом случае может увеличиться поток интуристов. Видимо, назрела необходимость выйти с предложением в соответствующие органы о введении упрощенных форм въезда иностранцев на короткие сроки (до двух недель) на территорию области и упрощении процедуры согласования плавания иностранных маломерных судов, яхт под флагами своих стран во внутренних водах Калининградской области России.

Спецификой анклава, на наш взгляд, является необходимость привлечения госсредств для восстановления и развития основы — первого уровня туристской инфраструктуры — памятников старины, культуры, сети госзаказников, дорог, подвода энергоисточников к туристическим объектам, строительства альтернативных источников энергии, утилизации бытовых отходов и др. Отечественные и иностранные инвестиции необходимы и абсолютно реальны для создания инфраструктуры второго уровня: формирования сети отелей, кемпингов, расположенных на дорогах федерального и областного значения, этнографических и сельских усадеб в глубине ландшаф-

тов, в отдаленных районах Калининградской области — при непременном условии для всех них: обеспечение комфортного проживания при доступных ценах.

Тенденции. По прогнозам экспертов ЕС, до 2010 г. быстрыми темпами будут развиваться отели «5 звезд» и «5-супер», авиаинфраструктура, спортивно-оздоровительные центры, тематические и развлекательные парки. Будут также развиваться сельские и ландшафтные гостевые дома и усадьбы, этнографические деревни, трех- и четырехзвездные отели, кемпинги, музеи, театры, памятники культуры, природы, народные ремесла, сувенирная продукция, страхование путешествий, производство транспортных средств и одежды для отдыха, строительная индустрия.

Медленно ухудшаются дела у одно- и двухзвездных отелей, снижение интереса к которым в Европе в течение ближайших 10 лет ожидается на порядок, равно как и к некатегорийным ресторанам, низкокачественной сувенирной продукции, путешествиям на железнодорожном и водном транспорте.

Теперь несколько слов об инновациях в туристском секторе. Они в основном охватывают индустрию гостеприимства, которая все больше использует новые технологии в гостиничном бизнесе и индустрии развлечений, формирование нового туристского продукта и маркетинг.

Синергетическое воздействие туризма на экономику Калининградской области. Туризм для Калининградской области больше, чем туризм, — это источник снижения бедности, развития села, депрессивных территорий, повышения занятости широких кругов населения и роста его благосостояния.

Обобщенные составляющие устойчивого развития Калининградской области в зависимости от развития туризма можно сформулировать следующим образом.

1. Улучшение экономических показателей ввиду пополнения бюджета области и муниципальных образований за счет отчислений, налогов и сборов от выручки по реализации турпродуктов и услуг. Как следствие — укрепление экономики социальной сферы.

2. Улучшение экологической картины, развитие производства экологически чистых продуктов питания, воды — как обязательное условие устойчивого развития туристических потоков. Как следствие — укрепление здоровья общества за счет общего улучшения качества питания и водоснабжения, среды обитания.

3. Рост культуры и образовательного уровня местного населения вследствие появляющейся возможности непосредственных контактов с россиянами и иностранцами, как следствие — приобщение жителей области к европейским ценностям, понимание других народов, осознание своей самобытности.

4. Рост качества менеджмента на всех уровнях — от микро- и макротурфирм и муниципалитетов до региональных органов власти, во всех сферах — банковской, финансово-кредитной, транспортной, гостиничной, ресторанной и др. Как следствие — рост конкурентоспособности Калининградской области.

Таким образом, туризм может стать одним из интереснейших феноменов устойчивого развития калининградского социума, обеспечивая непрерывное повышение качества жизни населения.

*Л.В. Семенова,
ассистент кафедры социально-культурного сервиса
и туризма РГУ им. И. Канта*

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Индустрия гостеприимства является одной из крупнейших, высокодоходных и наиболее динамично развивающихся в настоящее время отраслей мировой экономики. На современном этапе это — индустрия, содержащая в себе различные пред-

приятия, занимающиеся организацией отдыха туристов (автотранспортные предприятия, экскурсионные фирмы, бюро путешествий и экскурсий, туристские фирмы, музейный бизнес, зрелищные и спортивные центры и др.). По данным Федеральной пограничной службы РФ? въезд в Россию иностранных граждан с 1998 года неуклонно рос и в 2002 году составлял 23 296 тыс. человек. Основу этого потока составляют граждане семи стран: Финляндии, Польши, Китая, Германии, Литвы, Латвии и Эстонии.

Экономический рост индустрии гостеприимства всей России неразрывно связан с возрождением регионов. Уникальные природные, исторические и культурные богатства являются фактором, определяющим потоки туристов в тот или иной регион. Объяснить некоторые тенденции развития индустрии гостеприимства, а также направления туристских потоков можно, проанализировав использование уникальных конкурентных преимуществ того или иного географического объекта. Конкурентоспособность сферы гостеприимства многих стран непосредственно связана с наличием определенных уникальных конкурентных преимуществ. К таким преимуществам можно отнести, например, наличие своеобразных природных ресурсов. Они характеризуют местонахождение страны или региона и являются определяющими для формирования туристских потоков. Следующим фактором, определяющим конкурентное преимущество, является соотношение факторов, т. е. средств, доступных для обеспечения, что для индустрии гостеприимства имеет решающее влияние на определение позиции страны или региона в привлечении туристических потоков. Здесь выделяют три основные группы факторов, которые тесно взаимодействуют с главными факторами функционирования всей экономики: природные ресурсы, историко-культурное наследие; капитал; трудовые ресурсы. Кроме вышеперечисленных факторов, определяющих конкурентные преимущества того или иного региона, одним из основополагающих является развитая инфраструктура по размещению прибывающих туристов.

Сфера гостеприимства в Калининградской области до недавнего времени была ориентирована на две группы клиентов: деловых людей и туристов, и если деловых людей при выборе гостиницы интересовал прежде всего уровень сервиса, то туристов — цена. В последнее время наметилась такая тенденция: регионы, ориентирующие свою деятельность на туризм, выявляют конкурентные преимущества, с помощью которых можно обосновать свою туристическую привлекательность. В настоящее время, по данным экспертов, Калининградская область находится на втором месте после Ленинградской по объему туристских услуг в Северо-Западном федеральном округе. В нашей области 164 объекта размещения туристов, включая сельские усадьбы, что составляет около 12 тысяч номеров. Для региона, где спрос на туристские услуги ежегодно повышается на 12,5 %, этого явно недостаточно.

Разнообразные природно-ландшафтные условия, геополитическое положение, а также большой туристско-рекреационный потенциал являются основой развития индустрии гостеприимства на территории Калининградской области.

С одной стороны, в регионе создается широкая сеть комфортабельных гостиниц и развлекательно-досуговых центров. За последние 6 лет в Калининграде введены в строй 19 гостиниц и гостевых домов всего на 562 места, в Светлогорском городском округе — 12 гостиниц на 593 места, в Зеленоградском районе, включая национальный парк «Куршская коса», — 7 гостиниц на 272 места. И еще 20 гостиниц на 516 мест — в других районах области. Одновременно реставрируется и модернизируется существующий гостиничный фонд (1087 мест) и ведется строительство гостиниц и гостевых домов европейского уровня. С другой стороны, для привлечения туристов открываются новые оригинальные маршруты: относясь к Балтийскому региону, область с ее благоприятными природными и историческими предпосылками имеет возможность войти в систему международных туристических маршрутов и стать регионом, сопоставимым по значению иностранного ту-

ризма с наиболее развитыми в этом отношении территориями. Например, отдых на побережье сочетается с экскурсиями на конезавод, где можно обучиться верховой езде и пройти курсы по коневодству. Кроме того, туристам предлагается отправиться приключенческим маршрутом по торфяным болотам, побывать в местах гнездовий бакланов.

Безусловным конкурентным преимуществом для развития индустрии гостеприимства в Калининградском регионе является уникальная Куршская коса, которую с большим удовольствием посещают туристы. В настоящее время территория Куршской косы официально находится под защитой Конвенции об охране всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО. Куршская коса представляет собой замечательное творение природы, и традиционно на ее территории самое широкое распространение получает рекреационно-оздоровительное направление (отдых на базах отдыха с посещением пляжа).

Удачное географическое положение края — наличие источника сырья и одновременно близость мирового рынка — создает в области реальный потенциал для создания в Калининграде центра янтарной промышленности. В настоящее время область обладает 90 % мировых запасов этого полудрагоценного камня. Развитие такого конкурентного преимущества может быть использовано при разработке новых туристских маршрутов, которые будут способствовать еще большему повышению привлекательности Калининградского региона. В настоящее время разработаны туристические маршруты на промышленный карьер по добыче янтаря и в музей Янтарного комбината.

Федеральный закон «Об Особой экономической зоне в Калининградской области» является главным фактором развития рыночной среды в регионе, и в частности развития индустрии гостеприимства. Возможность реализации этого Закона в полном объеме может служить существенным конкурентным преимуществом развития туристического и гостиничного биз-

неса региона в условиях интенсивной интеграции окружающих область иностранных государств в Евросоюз.

Свое преимущество в привлечении туристических потоков Калининградская область может еще больше усилить инновационной политикой, которая позволяет ей создавать специфические продукты туризма и тем самым обеспечивать себе хорошую специализацию. Инновации в туристском секторе главным образом охватывают индустрию гостеприимства, которая все больше использует новые технологии в гостиничном бизнесе и индустрии развлечений, формирование нового туристского продукта и маркетинг. Инновации благодаря применению новых методов управления и активному использованию современных информационных средств и новых материалов могут существенно снизить цену туристского продукта. Для повышения эффективности региональной политики необходимо стратегическое планирование развития туристского потенциала региона с целью обеспечения стабильности функционирования социально-экономической системы, а также приращения его экономического потенциала, что может быть эффективно реализовано путем грамотной оценки конкурентных преимуществ.

Список литературы

1. Федоров Г.М., Корнеевец В.С. Балтийский регион: социально-экономическое развитие и сотрудничество. Калининград, 1999.
2. Федоров Г.М., Зверев Ю.М., Корнеевец В.С. Российский эксклав на Балтике: Калининградская область в балтийском экономическом пространстве. Калининград, 1997.
3. Клемешев А.П., Козлов С.Д., Федоров Г.М. Особая территория России. Калининград, 2003.
4. http://www.tourism-kaliningrad.ru/interview_1.htm
5. <http://www.tourism-kaliningrad.ru/1.htm>

*И.М. Артемова,
доцент кафедры социально-культурного сервиса
и туризма РГУ им. И. Канта*

**ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ
В ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Калининградская область в силу своего геополитического положения, наличия значительного количества культурно-исторических и природных ресурсов обладает мощным потенциалом для развития индустрии туризма и гостеприимства. Побережье Балтийского моря — основная зона притяжения для туристов из Германии и Польши. По официальным данным Комитета по туризму администрации Калининградской области, доля иностранных граждан в структуре въездного туризма составляет 57 %. Приграничная территория Калининградской области — как Особой экономической зоны — становится все более привлекательной для делового туризма (38 % от всего количества прибывающих в регион), и поток въездного туризма ежегодно растет на 12,5 %.

Департамент туризма Министерства экономического развития РФ включил Калининградскую область в перечень шести приоритетных областей по развитию туризма и оказывает всяческое, в том числе и финансовое, содействие. Однако, рынок гостиничных услуг как в Калининградской области, так и в России в целом находится на начальной стадии развития и ему предстоит проделать весь путь, по которому прошли европейские и американские гостиницы в прошлом веке. Это объясняет, в первую очередь, тот факт, что отечественные гостиницы проигрывают в качестве услуг своим зарубежным конкурентам, в том числе и работающим на условиях франшизы на российском рынке. Однако в условиях развивающегося рынка гостиничных услуг менеджеры российских гостиничных предприятий не стремятся внедрять у себя систему управления качеством, что частично связано с дефицитом информа-

ции о существующих системах, отсутствием методики их внедрения, вызывает затруднения менеджеров гостиничной индустрии в выборе наиболее эффективной из них.

Необходимо отметить, что на сегодняшний день в России сложилась такая ситуация, при которой практически каждый субъект рынка может учредить систему стандартов и сертифицироваться на соответствие ей, что и нашло свое отражение в практической деятельности. Однако этот факт, хотя и не противоречит «Закону о техническом регулировании», принятому 1 июля 2003 г., вводит в заблуждение клиентов и не влечет за собой улучшения качества гостиничных услуг.

В последние годы гостиничный рынок в таких системообразующих регионах, как Европа и Северная Америка, характеризуется ростом предложения при одновременном сокращении спроса на услуги размещения. В такой ситуации вопросы конкурентоспособности выходят на передний план. Вместе с тем конкурентоспособность в гостиничной индустрии исключает возможность получения долгосрочного положительного эффекта от копирования позитивного опыта (ноу-хау) других участников рынка, так как тиражирование этого опыта вызывает «привыкание» у потребителя и стирает эффект исключительности и новизны. Поэтому на современном этапе, когда ведущей тенденцией развития любого бизнеса является переход к «сервисной» экономике, лидеры гостиничной индустрии видят залог процветания в совершенствовании структуры обслуживания гостей, направленной на повышение качества оказываемых услуг.

Если рассматривать качество как чувство удовлетворения клиента от обслуживания, то уровень качества, безусловно, зависит от степени совпадения представлений клиента о реальном и желаемом обслуживании в гостинице. Гостиничная индустрия, в основу развития которой положена унификация действий, направленных на обслуживание клиентов, не может сделать исключение для тиражирования «качества» услуги и управления им. Других возможностей для реализации задач управления качеством, кроме как разработать определенные

стандарты, соблюдение которых обеспечит желаемый уровень качества услуг, на сегодняшний день не существует.

Деятельность гостиничных предприятий известных торговых марок, начиная от оптимальной организационной структуры и заканчивая разработкой профессиональных стандартов, должностных инструкций и процедур, основана на стандартизации оперативных процессов и подчинена задачам качественного обслуживания гостей.

Какой путь совершенствования качества услуг выбрать отечественным гостиничным предприятиям, у которых отсутствуют известные торговые марки, а значит, и сколько-нибудь достойная репутация? Среди более чем 4000 средств размещения (приблизительно 180 тыс. номеров), имеющих в РФ, вряд ли найдется гостиница, способная заявить о себе так, чтобы привлечь потенциального клиента обещанием (лозунгом) «Качество обслуживания гарантируем», так как на сегодняшний день в отечественной гостиничной индустрии нет идентификационной принадлежности этих гарантий. А то, что гарантированный скачок загрузки даст слоган «Гарантии качества обслуживания по ИСО 9000», руководителям большинства российских гостиниц просто трудно представить. Такой подход к решению качества обслуживания может быть особенно актуален в Калининградской области, практически окруженной странами Евросоюза, для которых стандарты ИСО 9000 — это не просто система стандартов качества, а философия жизни, общественная система взглядов, средство укрепления доверия между партнерами и повышения конкурентоспособности. В мире насчитывается более 400 тыс. организаций, сертифицировавших свои системы качества на соответствие стандартам ИСО серии 9000.

По различным экспертным оценкам, превышение цен в сертифицированных по ИСО компаниях, над ценами конкурирующей продукции и услуг достигает 50 %. Использование стандартов ИСО становится тем шире, чем более значимым становится фактор качества в конкурентном соперничестве. Ныне отмененный ГОСТ Р 50645—94 «Туристско-экскурсион-

ное обслуживание. Классификация гостиниц», действующий межгосударственный стандарт ГОСТ 28681.4—95 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц» и прочие системы классификации при сертификации гостиничных предприятий на соответствие их требованиям решают узкую, скорее, техническую задачу: достаточны ли набор услуг и оснащение гостиничного предприятия. Неважно, «балльная» это оценка или оценка по принципу «наличие — отсутствие». Все эти системы призваны классифицировать гостиничные предприятия именно по «спектру» и «достаточности» услуг и не решают проблем «управления качеством» гостиничных предприятий, хотя в гостиничной индустрии проблемы творческого, нестандартного подхода к обеспечению качества услуг проявляются особенно ярко. Сложность формирования систем качества повышается в силу особенностей организации и функционирования гостиничных комплексов. В первую очередь это объективное противоречие между индивидуализацией услуг и необходимостью их приведения к стандартам. Второй особенностью является участие потребителя услуги в контроле и оценке качества не разовым способом, а постоянно, т. е. потребитель, взаимодействуя в процессе предоставления услуги, может влиять на этот процесс. Поэтому при ориентации гостиничных корпораций на удовлетворение запросов клиента оправданным может быть внедрение системы всеобщего управления качеством (TQM — Total Quality Management), разработанной американским экономистом W. Deming. Эта система показала свою состоятельность в мире. Внедрение и корректировка системы управления качеством основывается на понимании того, что качество есть результат оптимизации процессов оказания услуги, а не результат технического контроля, который является запоздалой и дорогостоящей мерой.

TQM определяется как концепция управления, предусматривающая скоординированное применение систем и методов управления качеством во всех сферах деловой активности предприятия. Основными ее принципами являются:

— ориентация на потребителя. Гостиницы зависят от своих клиентов и поэтому должны понимать их потребности и стремиться превзойти их ожидания;

— лидерство руководителя. Руководители обеспечивают единство цели и направления деятельности гостиничного предприятия. Им следует создавать и поддерживать внутреннюю среду, обеспечивающую полное вовлечение работников в решение задач гостиницы. По мнению специалистов, без участия и заинтересованности высшего звена руководства обеспечить качество гостиничных услуг не представляется возможным, поскольку именно оно формирует стратегическую линию развития компании. Именно высшее руководство по требованию тех же стандартов ИСО отвечает за потенциальное качество продукта (за отклонения в качестве продукции в 94 % случаев виновна система управления и только в 6 % — исполнитель);

— вовлечение работников. Работники всех уровней составляют основу гостиничного предприятия, и их полное вовлечение дает возможность организации с выгодой использовать их способности. Поэтому при приеме на работу, тренинге, выборе системы оплаты труда персонала необходимо помнить позицию лидера индустрии гостеприимства Кеммона Уилсона: «Любое дело, связанное с обслуживанием людей, настолько хорошо может быть выполнено, насколько хороши люди, его выполняющие»;

— подход к системе качества как к процессу. Желаемый результат достигается эффективнее, когда деятельностью и соответствующими ресурсами управляют как группой процессов;

— системный подход к управлению. Мировой опыт разработки систем качества в гостиницах показывает, что число параметров, характеризующих качество услуг различных средств размещения, составляет несколько сот единиц. Выявление и управление взаимосвязанными параметрами, процедурами, процессами как единой системой повышает результативность организации при достижении целей;

— постоянное улучшение. Постоянное улучшение деятельности гостиницы в целом следует рассматривать как ее

неизменную цель. В гостиничном бизнесе исполнитель, т. е. персонал, имеет прямые контакты с клиентами гостиниц и является непрерывным источником информации для непрерывных процессов повышения качества. Поэтому чтобы стандарт не был отторгнут организационной структурой гостиницы и получил дальнейшее развитие, его необходимо внедрять последовательно. Только в этом случае у руководства гостиничным предприятием всегда будет материал, используя который, можно регулярно совершенствовать методики для активизации персонала при контакте с клиентом;

— принятие решений, основанных на фактах. Эффективные решения основываются на анализе данных и информации;

— взаимовыгодные отношения с поставщиками. Гостиница и поставщики взаимозависимы, и отношения взаимной выгоды повышают способность обеих сторон создавать ценности.

Принципиальная особенность деятельности гостиниц, функционирующих в России на основе франшизы, как раз и заключается в том, что они управляются при жестком соблюдении в первую очередь корпоративного стандарта. Стандарт обслуживания, равно как и описание технологических процессов предоставления обслуживания, и является тем самым «ноу-хау» каждого гостиничного оператора, обеспечивающего ему конкурентные преимущества. Этот стандарт неукоснительно соблюдается независимо от того, в какой стране расположен отель, имеется ли там национальный гостиничный стандарт или система классификации гостиниц. Необходимо отметить, что стандарт позволяет обеспечить контроль системы качества, постоянство предоставляемых услуг, единую базу для оценки услуг гостиницей и потребителем, направления совершенствования обслуживания и непрерывный процесс профессиональной подготовки персонала. Более того, корпоративный стандарт всегда ассоциируется с торговой маркой, идентифицирующей гостиничный объект и способствующей его эффективному позиционированию на соответствующем сегменте рынка.

В заключение хотелось бы отметить, что важно четко разделять два понятия — «управление качеством» и «сертификация систем качества». Управление качеством — одна из функций управления предприятием, которая позволяет реально обеспечивать высокий уровень качества продукции и услуг за счет внимательного и разумного управления производством и обслуживанием. Система управления качеством организована в соответствии со спецификой и задачами конкретного гостиничного предприятия. Стандарты ИСО 9000 предлагают методике построения такой системы, которая может быть официально сертифицирована.

Сертификация системы качества сама по себе не может обеспечить повышение качества. Она всего лишь показывает другим субъектам рынка, что система качества предприятия организована в соответствии с определенными требованиями и эффективно функционирует, обеспечивая стабильное и высокое качество услуг предприятия. При этом сертифицированная система качества гостиничного предприятия при относительно низких капиталовложениях дает гостинице следующие преимущества:

1. Повышение имиджа гостиницы в регионе и отрасли.
2. Возможность сотрудничества в совместных работах и проектах с зарубежными партнерами.
3. Преимущество перед конкурентами при позиционировании гостиничного предприятия.
4. Возможность привлечения зарубежных инвесторов.
5. Оптимизация затрат.
6. Повышение качества услуг. Обеспечение постоянства качества услуг.
7. Совершенство системы управления и повышение эффективности управления всей деятельностью гостиницы.

Главное, что постоянное и стопроцентное соответствие провозглашенному стандарту должно быть целью любой отечественной организации индустрии гостеприимства, вставшей на путь улучшения качества.

Список литературы

1. *О техническом регулировании*: Федеральный закон от 01 июля 2003 г. // СПС «Гарант».
2. *Туристско-экскурсионное обслуживание*. Классификация гостиниц: ГОСТ 28681.4-95 М.: Госстандарт России, 1995.
3. *Модель обеспечения качества услуг*: ГОСТ Р 50691-94. М.: Госстандарт России, 1994.
4. *Правила предоставления гостиничных услуг в РФ*: Постановление № 490 Правительства РФ от 25 апреля 1997 года // СПС «Гарант».
5. *Положение о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения*: Приказ Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации (Минэкономразвития России) от 21 июня 2003 г. № 197 об утверждении положения о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения. Зарегистрирован в Минюсте РФ 21 августа 2003 г. Регистрационный № 4996.
6. *Скобин С.С.* На пути к качеству // Парад отелей. 2003. №4 (15). С. 20—21.
7. *Леушин А.С.* Применение современных технологий управления для улучшения результатов деятельности предприятий гостиничного хозяйства // Пять звезд. 2000. № 2. С. 20—24.

В.Б. Водозаский,
*старший преподаватель кафедры
социально-культурного сервиса и туризма РГУ им. И. Канта*

ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР РЕГУЛИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ДВИЖЕНИЯ КАПИТАЛА

Развитие делового туризма в Калининградской области необходимо рассматривать в плане экономического сотрудничества с соседними государствами — Польшей и Литвой. Наиболее интересна транспортная и географическая составляющая этого сотрудничества: Ольштын (Польша) — Калининград (Россия) — Клайпеда (Литва). Развитие приграничного

делового сотрудничества позволит наиболее быстро и взаимовыгодно решить многие экономические проблемы трех государств, в т. ч. сократить миграцию трудовых ресурсов.

Уровень развития базы делового туризма трех названных городов примерно одинаков. Сравнительно небольшое расстояние между городами позволит предпринимателям тратить меньше времени на переезды. От Калининграда до Ольштына и до Клайпеды примерно три часа езды при условии быстрого оформления документов на границах.

Город Ольштын имеет крупный выставочный центр европейского значения «Международные ярмарки Вармии и Мазур». Развитая сеть гостиниц города в сочетании с выставочным центром позволяет приглашать на выставки и конференции до тысячи человек из различных государств Европы. Строительство четырехзвездочных гостиниц мировой сети «Рэдиссон SAS» в Калининграде и Клайпедде позволит этим городам также выйти на уровень мировых стандартов по организации деловых встреч.

На территории Калининградской области можно выделить два крупных деловых центра: Калининград и Светлогорск.

Инфраструктура делового туризма Калининграда представлена несколькими объектами. Сравнительно недавно в Музее Мирового океана был оборудован конгресс-зал на 400 человек, где проводятся международные конференции, посвященные практическому решению глобальных экологических проблем в Балтийском регионе. Проведение таких мероприятий, именно в Калининграде дает возможность привлечь дополнительные инвестиционные средства в Калининградскую область.

Выставочно-ярмарочный комплекс АО «Балтик-Экспо» города Калининграда известен как в России, так и за рубежом. Выставочные площади в крытом павильоне составляют 2000 м², открытая выставочная площадь — 1000 м². Выставочное оборудование евростандарта «Octanorm» позволяет компактно и удобно разместить здесь представляемые экспонаты. Во время выставок заинтересованные потенциальные партнеры проводят деловые беседы и подписывают контракты.

В ближайшей перспективе планируется расширение выставочного комплекса «Балтик-Экспо». Будут построены и оборудованы дополнительные выставочные павильоны, пункт обмена валюты, конференц-зал, пункт международной связи и компьютерный зал с доступом в Интернет. Это даст возможность организовывать международные выставки на более высоком уровне.

В дополнение к выставочному комплексу «Балтик-Экспо» начато строительство комплекса «Рыбная деревня». Он планируется как современный деловой комплекс, включающий в себя бизнес-отели с конференц-центром, ресторанами и спортивными залами, удобной охраняемой парковкой для машин. Введение в действие этого делового комплекса позволит дополнительно привлечь в Калининградскую область деловых туристов. По данным американской организации «Круглый стол делового туризма», увеличение оборота в этой сфере на один миллиард долларов приводит к созданию 100 тысяч новых рабочих мест. Экономический потенциал Калининградской области и направления современной международной политики России дают возможность устойчивого развития Калининградского региона. Заканчивается строительство последних участков международных автомагистралей, что увеличит товарный грузопоток и транзит через Калининградскую область. Повышение пропускной способности пограничных переходов также будет способствовать развитию транспортного комплекса и предоставлять возможности для более частых деловых поездок зарубежных предпринимателей.

С транспортной точки зрения очень удобно расположена в центре города гостиница «Калининград». Конференц-зал на 12 человек дает возможность зарубежным и российским предпринимателям, остановившимся в этом отеле, проводить индивидуальные деловые встречи.

В отель «Командор», имеющий конференц-зал на 30 человек, можно проехать по улице Гагарина, мимо архитектурного памятника «Королевские ворота», которые были построены в 1843 году и отреставрированы к юбилею города в 2005-м.

Инфраструктура города-курорта Светлогорск представлена бизнес-отелями различного уровня сервиса и технической оснащенности. Гостиничный комплекс «Волна» имеет конференц-залы с установкой синхронного перевода на 200 и 60 человек. Во время работы конференций их участники имеют возможность через Интернет получать нужную информацию в компьютерном зале.

Гостиничный комплекс «Олимп» единственный в системе бизнес-отелей Калининградской области имеет оборудованные компьютерами учебные классы, в которых также стационарно установлены кинопроекторы и большие экраны.

В настоящее время в гостинице «Зеештерн» оборудуется конференц-зал. Ее особенность — хороший ресторан и расположение на самом берегу Балтийского моря.

Гостиницы «Русь», «Универсал», «Раушен» также имеют свои конференц-залы.

Одна из проблем сегодня — это отсутствие грамотного персонала в отелях, где проводятся конференции. Они организуются и проводятся не всегда на должном уровне. Преподаватели Российского государственного университета им. И. Канта имеют большой опыт организации и проведения различных международных конференций на высоком профессиональном уровне. Это подтверждается отзывами участников конференций в зарубежной и российской прессе, а также в Интернете. Публикации по итогам конференций дают реальную возможность всем заинтересованным лицам и фирмам получить нужный для них теоретический и практический материал. Проведение научных мероприятий на высоком уровне дает возможность получать заказы на проведение новых конференций. Однако у профессорско-преподавательского состава университета основная задача — это обучение и организация учебного процесса. Поэтому будет правильно на базе РГУ им. И. Канта на постоянной основе проводить занятия с сотрудниками бизнес-отелей по повышению уровня знаний в сфере делового туризма, и в том числе по вопросам организации международных конференций.

Светлогорскими отелями очень редко проводятся обучающие семинары с отдыхом и экскурсиями. Особенно удобно организовывать такие инсентив-туры в межсезонье, когда отели практически не работают из-за отсутствия туристов.

Зарубежная статистика показывает сложившуюся структуру делового туризма (источник: Horwath Axe Consultants):

1. Индивидуальные деловые поездки — 70,8 %.
2. Конференции и семинары — 12,6 %.
3. Выставки — 10,9 %.
4. Конгрессный туризм — 3,3 %.
5. Инсентив-туризм — 2,4 %.

Конференции, семинары, инсентив-туры в общем удельном весе туризма составляют 15 %, что позволяет зарубежным отелям в период межсезонья иметь загрузку на 50 %. Грамотные руководители зарубежных коммерческих структур постоянно работают над повышением квалификационного уровня своих сотрудников и, как правило, два раза в год организуют для них обучающие семинары с отдыхом. Этот зарубежный опыт можно с успехом перенести в российские регионы.

В туристических журналах Москвы и Санкт-Петербурга иногда печатаются заметки о проведенных инсентив-турах. Но системы обучения с отдыхом, как за рубежом, нет. Руководители калининградских коммерческих структур стремятся повысить свой уровень, многие прошли обучение за рубежом. Повышение квалификации сотрудников фирм требует денежных вложений, но отдача от грамотно поставленного обучения намного выше.

Многие российские фирмы в настоящее время активно участвуют в зарубежных выставках через Интернет. Экономятся денежные средства на проезд, гостиницу, питание. При этом участники выставки через Интернет имеют дополнительную информацию о коллегах, могут с ними общаться в режиме реального времени. Однако заключить договор по итогам заочных переговоров юридически невозможно.

Строительство морского порта в Янтарном позволит организовать круизные деловые туры для представителей кали-

нинградского бизнеса. Скандинавские страны заинтересованы в развитии деловых и культурных связей с российским анклавом. В круизных деловых турах должны принимать участие подготовленные калининградские предприниматели. Им необходимо знать зарубежную культуру и национальные особенности делового общения. С ними в группе обязательно должны быть грамотные переводчики и юристы. На круизном корабле также необходимо организовать работу компьютерного зала с выходом в Интернет. Это будет способствовать быстрому и правильному принятию решений при заключении договоров с зарубежными партнерами.

Необходимо в такой тур приглашать также калининградские творческие коллективы. Выступления российских артистов способствуют укреплению доверия и понимания в общении с иностранцами. Для каждого делового круиза должна готовиться специальная рекламная компания по какому-то конкретному направлению или их комплексу. Одно из направлений рекламной компании — возможности Калининградской области по приему иностранных туристов на отдых. Грамотно поставленные деловые туры дадут возможность развивать индустрию туризма в Калининградском регионе более быстрыми темпами.

Во время деловых круизов должна обязательно работать выставка-продажа российских книг издательства «Янтарный сказ». Российская книга всегда пользовалась и пользуется большим успехом и спросом.

В данной статье рассмотрены возможности развития делового туризма для Калининградского региона с учетом зарубежного и российского опыта. Из сайтов и рекламы в журналах калининградских и светлогорских бизнес-отелей видно, что уровень и объем рекламной информации у всех разный и общего представления о возможностях делового туризма зарубежные предприниматели не получают. Назрела необходимость создания ассоциации делового туризма в Калининградском регионе, которая бы сумела правильно и грамотно про-

водить политику вхождения Калининградской области в европейский рынок.

Калининградская область Российской Федерации, имея выгодное географическое положение, становится привлекательной для иностранных и российских инвесторов. В связи с развитием и углублением международных экономических связей, в Калининграде открыли свои консульства и дипломатические представительства Польша, Литва, Белоруссия, Швеция, Греция. Некоторые другие государства ведут переговоры об открытии своих консульств в Калининграде. Все это положительно влияет на ведение дипломатических переговоров об облегчении визового режима для россиян-калининградцев и иностранных граждан, желающих посетить Калининград с деловой целью.

Экономика Калининградской области имеет множество проблем, которые необходимо грамотно и последовательно решать за счет расширения международных экономических связей. Стратегия Калининградской области как экспортного региона России включает в себя развитие инфраструктуры производств, способных выпускать товары, отвечающие мировым стандартам. Важно, чтобы на предприятиях Калининградской области использовался передовой опыт и новейшие технологии российских и зарубежных предприятий.

Для экономического роста региона областной администрацией разработан ряд перспективных направлений экономического и социального развития. Составная часть развития региона — программа повышения благосостояния населения. Русская пословица: «Чем богаче народ, тем богаче страна» — актуальна во все времена. Многие государственные деятели на этом строят свои политические концепции. Особенно это хорошо видно в странах современной Европы, где важным критерием является повышение уровня жизни населения государств Евросоюза. На это направлены также решения глобальных экологических проблем, в том числе и в Калининградском регионе. Одна из них — развитие безотходного промышленного производства и уменьшение его разрушительно-

го воздействия на биосферу. Примером такой программы является строительство и запуск компанией «ЛУКойл» платформы Д-6 в Балтийской акватории.

При современном потоке различного рода информации, очень часто противоречивой, у российских и зарубежных бизнесменов возникает необходимость приезжать в Калининград, чтобы на месте провести деловые переговоры и убедиться в правильности выбора Калининградской области как объекта инвестиционных вложений. Как правило, российские и зарубежные представители бизнес-элиты, приезжающие в Калининград, требуют повышенного комфорта и технической обеспеченности при деловых встречах, проведении международных конференций и обучающих семинаров.

Особое внимание обращается на результативность деловых встреч и получение полной и достоверной информации о возможностях финансовых вложений. Международное движение капитала основано на принципах стремления к безрисковым операциям. Кроме того, разница в уровне дохода на вложенный капитал в своей стране и за рубежом играет существенную роль. Поэтому экономически целесообразно на территориях соседних с Калининградской областью государств создавать инвестиционные производства, связанные между собой единым технологическим циклом по принципу транспортных компаний. Перераспределение финансовых и материальных средств в одну схему позволит уменьшить себестоимость продукции, поднять производительность труда и уровень доходов населения. Интернационализация производства способствует также обмену современными технологиями и развитию научно-технического прогресса.

В современной экономической теории движение капитала рассматривается как производная международной торговли, поэтому расширению рынка сбыта производимой продукции, как и расширению географии поездок представителей российских, польских и литовских деловых кругов, будет способствовать развитие делового туризма.

ПРОГРАММА

Международной научно-практической конференции

*«ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ
КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ И РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА»*

Дата проведения – 15 апреля 2005 года.

Время проведения: 10.00.

Начало регистрации: 09.00.

Место проведения – г. Калининград, Музей Мирового океана (наб. Петра Великого, 1).

10.00 • Приветственное слово:

А.В. Торба, руководитель аппарата администрации Калининградской области;

А.И. Ярочкин, заместитель руководителя Федерального агентства по туризму

10.15-14.30 Пленарное заседание. Выступление участников конференции с докладами

10.15-10.25 «Калининградская область как регион сотрудничества» — *Г.М. Федоров*, профессор, зав. кафедрой социально-экономической географии и геополитики Калининградского государственного университета

10.25-10.35 «Приоритетные направления развития туристско-рекреационного комплекса Калининградской области с учетом программ и проектов Европейского союза» — *В.В. Зимоглядова*, председатель комитета по туризму администрации области

10.35-10.45 — «Перспективные направления развития туризма» *В.С. Корнеевец*, зав. кафедрой социально-культурного сервиса и туризма Калининградского государственного университета

- 10.45-11.00 «Перспективы развития историко-культурного туризма в Балтийском регионе» — *Е.Г. Кропинова*, доцент кафедры социально-культурного сервиса и туризма Калининградского государственного университета
- 11.00-11.10 «Развитие туризма в приграничных регионах» — *Э. Кнаппе*, профессор Института региональной географии (Германия)
- 11.10-11.20 «Международное сотрудничество Республики Карелия в сфере туризма» — *Е.Е. Коткин*, заместитель министра экономического развития Республики Карелия
- 11.20-11.30 «Туристская глобализация и региональная идентичность» — *Л. Бенсаэль, М. Донсимони* (Франция, Гренобль, Институт развития Европы)
- 11.30-11.40 «Властелины кольца» — *В.Л. Стрюк*, заместитель директора Музея Мирового океана по научной работе
- 11.40-11.50 «Опыт Балтийского городского округа в развитии культурно-познавательного туризма» — *В.Н. Кошелев*, заместитель главы Балтийского городского округа по делам пространственного планирования и внешним связям
- 11.50-12.00 «Возможности развития туризма на Куршской косе» — *В. Гиедрайтис*, мэр самоуправления г. Неринга (Литовская Республика)

12.00-12.30 Кофе-пауза

- 12.30-12.40 «Место историко-культурных ресурсов в развитии менеджмента туризма» — *В.Н. Утукина*, доцент кафедры социально-культурного сервиса и туризма Калининградского государственного университета
- 12.40-12.50 «Использование историко-культурного потенциала в экскурсионных программах» — *Н.А. Токарь*,

ст. преподаватель кафедры социально-культурного сервиса и туризма Калининградского государственного университета

- 12.50-13.00 «Калининградская область как центр развития туризма между Евросоюзом и Россией» — *Ян Жебровский*, преподаватель Высшей экономико-технической Школы Легионово (Республика Польша).
- 13.00-13.10 «Путь Балтийского янтаря» — *Л. Шеметулските*, руководитель отдела экономического развития самоуправления г. Паланги (Литовская Республика)
- 13.10-13.30 «Возможности для развития фортификационного туризма: опыт европейских городов-крепостей» — *Д. Брюс*, профессор Бристольского университета (Великобритания)
- 13.30-13.40 «Перспективы развития замкового туризма в Калининградской области» — *И.И. Драгилева*, ст. преподаватель кафедры социально-культурного сервиса и туризма Калининградского государственного университета
- 13.40-13.50 «Туристские новации нового сезона в г. Паланге» — *И. Шаткаускиене*, старший специалист отдела экономического развития самоуправления г. Паланги (Литовская Республика)
- 13.50-14.10 «Памятники оборонительного зодчества — важнейший историко-культурный потенциал Калининградской области» — *А.П. Овсянов*, начальник отдела по поиску культурных ценностей научно-производственного центра по охране и использованию памятников истории и культуры
- 14.10-14.20 «Музеи как центры притяжения туризма. Исторические реконструкции в деятельности музея “Фридландские ворота”» — *С.Ю. Соколова*, зав. музеем «Фридландские ворота»
- 14.20-14.30 «Мифы и реальности калининградской культурной жизни в канун юбилея» — *Н.П. Перetyака*, кон-

сультант комитета по информации и связям с общественностью администрации Калининградской области

14.30-15.00 Обмен мнениями и дискуссия по обсуждаемым вопросам

- 15.00-16.00 Презентация мероприятий и событий, приуроченных к 750-летию основания Калининграда и 60-летию образования Калининградской области:
- фотопрезентация II Международного средневекового фестиваля GIOMONS. «Королевская Гора — 2005» (музей «Фридландские ворота»);
 - презентация турмаршрута «Дорогами янтарных легенд» (Музей янтаря);
 - презентация проекта ЗАО «Скоростные водные линии» (А.А. Деменин)
- 16.00 Отъезд иногородних участников на обзорную экскурсию по объектам инфраструктуры туризма побережья Балтийского моря

СОДЕРЖАНИЕ

Приветственное слово участникам VIII Международной туристической выставки «Янтур-2005» Ю.С. Шалимова	3
Приветственное слово участникам Международной научно-практической конференции «Историко-культурный потенциал Калининградской области и развитие туризма» А.В. Торбы.....	5
<i>Зимоглядова В.В., Хаймурзина Э.А.</i> Приоритетные направления развития туристско-рекреационного комплекса Калининградской области в рамках проектов и программ Европейского союза.....	7
<i>Корнеевец В.С., Горина Е.В.</i> Устойчивый туризм как способ сохранения историко-культурного наследия.....	16
<i>Коткин Е.Е.</i> Международное сотрудничество Республики Карелия в сфере туризма.....	21
<i>Кропинова Е.Г., Жуковский И.И.</i> Перспективы развития культурно-исторического туризма в Калининградской области	27
<i>Palmowski Tadeusz.</i> Developing «historical» tourism on the Vistula lagoon.....	33
<i>Bensahel Liliane, Donsimoni Myriam.</i> Tourist globalization and regional identity.....	41
<i>Сивкова С.Г., Стрюк В.Л.</i> Властелины кольца	58
<i>Кошелев В.Н., Чекалина Т.Н.</i> Опыт и перспективы Балтийского городского округа в развитии культурно-познавательного туризма	62
<i>Утукина В.Н.</i> Место историко-культурных ресурсов региона в развитии менеджмента туризма.....	71
<i>Токарь Н.А.</i> Использование историко-культурного потенциала в экскурсионных программах	75

<i>Жебровский Ян.</i> Калининградская область как центр развития туризма между Евросоюзом и Россией	79
<i>Брюс Дэвид М.</i> Возможности для развития фортификационного туризма: опыт европейских городов-крепостей	81
<i>Bruce David M.</i> Opportunities for the development of fortification tourism: experience of european walled towns	84
<i>Драгилева И.И.</i> Перспективы развития замкового туризма в Калининградской области	91
<i>Шеметулските Л.</i> Балтийский янтарный путь: туризм, наследие и ремесла	100
<i>Овсянов А.П.</i> Памятники оборонительного зодчества — важнейший историко-культурный потенциал Калининградской области	103
<i>Соколова С.Ю.</i> Музей «Фридландские ворота» как центр притяжения туристов	109
<i>Ядова М.А.</i> Музеи и туризм. Роль музеев в формировании положительного имиджа города	114
<i>Перетьяка Н.П.</i> Мифы и реальность калининградской культурной жизни в канун юбилея	119
<i>Федоров П.Н.</i> Экономика туризма	124
<i>Семенова Л.В.</i> Конкурентные преимущества индустрии гостеприимства в Калининградской области	131
<i>Артемова И.М.</i> Применение систем управления качеством в гостиничных предприятиях	136
<i>Водолазский В.Б.</i> Деловой туризм как фактор регулирования международного движения капитала	143

Научное издание

**Историко-культурный потенциал
Калининградской области и развитие туризма**
Материалы Международной научно-практической конференции

Под общей редакцией Елены Геннадьевны Кропиновой

Редактор Л.Г. Ванцева. Корректор Л.Г. Владимирова
Оригинал-макет подготовлен Л.В. Семеновой

Подписано в печать 30.08.2005 г.
Бумага для множительных аппаратов. Формат 60×90 ¹/₁₆.
Гарнитура «Таймс». Ризограф. Усл. печ. л. 9,8. Уч.-изд. л. 6,8.
Тираж 200 экз. Заказ .

Издательство Российского государственного университета им. И. Канта
236041, г. Калининград, ул. А. Невского, 14