

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФГБОУ ВПО «Сочинский государственный университет»

Филиал ФГБОУ ВПО «Сочинский государственный университет »
в г.Нижний Новгород Нижегородской области

ТУРИЗМ: *ВЧЕРА, СЕГОДНЯ, ЗАВТРА*

**Материалы XII Международной научно-практической
конференции
(Нижний Новгород, 16 мая 2013 г.)**

Нижний Новгород, 2013

ББК 65.433

Т 87

Туризм: вчера, сегодня, завтра. Материалы XII Международной научно-практической конференции 16 мая 2013 года / под общ. ред. к.п.н. Е. Н. Фомичевой; фФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород. - Н. Новгород: ООО «Цветной мир», 2013. – 170 с.

ISBN 978-5-9904313-5-5

Выпуск сборника тезисов докладов и сообщений приурочен к XII Международной научно-практической конференции. Конференция проводилась на базе филиала ФГБОУ ВПО «Сочинского государственного университета» в г. Нижний Новгород, в которой принимали участие студенты, аспиранты, специалисты, представители предприятий туризма и сервиса, органов власти г. Нижнего Новгорода.

Ответственный редактор Фомичева Е. Н., заместитель декана по научной работе, к.п.н., доцент кафедры физической культуры и адаптивных технологий, председатель Научно-методического совета.

Печатается по рекомендации Учебно-методического совета и решению Ученого совета филиала ФГБОУ ВПО «Сочинского государственного университета» в г. Нижний Новгород.

ISBN 978-5-9904313-5-5

© ООО «Цветной мир», 2013

СОДЕРЖАНИЕ

1. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ, ПРАВОВЫЕ, ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТУРИЗМА.....	8
<i>Овчарова Т.Н., к.ф.н., доцент</i> ПУТЕШЕСТВИЕ: ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ И ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ.....	8-11
<i>Гиман М.Г., ст. преподаватель</i> ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	11-12
<i>Гроза А. Б., Малинов А. В., д.ф.н., доцент</i> ОБРАЗ ГРАДА КИТЕЖА КАК КУЛЬТУРНОГО ФЕНОМЕНА РОССИИ (СОХРАНЕНИЕ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО НА ПРИМЕРЕ ОЗЕРА СВЕТЛОЯР И ЛЕГЕНДЫ О НЕВИДИМОМ ГРАДЕ КИТЕЖЕ).....	12-17
<i>Долгушев Д.С., к.э.н., доцент</i> ОПЫТ ИССЛЕДОВАНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ЕГО СЕГМЕНТОВ.....	17-21
<i>Жулидов С.Б., к.ф.н., профессор, Хагг Р., аспирант</i> ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ БОРЬБЫ С СОВРЕМЕННЫМ ПИРАТСТВОМ (JUDICIAL ASPECTS OF STRUGGLE AGAINST THE MODERN PIRACY).....	21-28
<i>Кочнова К.А., к.ф.н., доцент, Терентьева Д.</i> ВЛИЯНИЕ ЭТНОСТЕРЕОТИПОВ НА МЕЖКУЛЬТУРНУЮ КОММУНИКАЦИЮ.....	28-30
<i>Маркина Т.В.</i> НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИСТОРИКО-АРХИТЕКТУРНЫЙ МУЗЕЙ-ЗАПОВЕДНИК КАК ОБЪЕКТ КУЛЬТУРНО - ИСТОРИЧЕСКОГО ТУРИЗМА.....	31-36
<i>Салова Д.В., аспирант,</i> ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА В ГОСУДАРСТВЕННОМ РЕГУЛИРОВАНИИ И ПОДДЕРЖКИ ТУРИЗМА В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ	36-38
<i>Тихомиров Г.А., профессор, к.воен.н, Малышев С.В.</i> ПОНИМАНИЕ РОЛИ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА.....	38-40
<i>Троицкий Р.В., к.ф.- м.н., доцент</i> ТУРИЗМ СМОТРОВЫХ ПЛОЩАДОК В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ	40-42
<i>Шустова Ю.В. к.и.н., доцент,</i> ВЛИЯНИЕ КУПЕЧЕСТВА НА НИЖЕГОРОДСКУЮ АРХИТЕКТУРУ.....	42-45
2. ЭКОНОМИКА, МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА, ГОСТЕПРИИМСТВА.....	46
<i>Овчаров А.О., д.э.н., профессор</i> ТУРИЗМ КАК ОТРАСЛЬ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ.....	46-48
<i>Aguilar A., консьерж</i> NEW AND OLD METHODS IN GROUP TOURISM IN THE USA (СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГРУППОВОМ ТУРИЗМЕ НА ПРИМЕРЕ США).....	48-50
<i>Богатырев А. В., д.э.н., Мухамбеков М. М., д.э.н.,</i> ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА ОТ ПЕРЕРАБОТКИ ТБО.....	50-52

Демидова Т.В., к.филол.н., ст.преподаватель	АРОМАТИЗАЦИЯ ГОСТИНИЧНЫХ ПОМЕЩЕНИЙ КАК ВАЖНЫЙ ЭЛЕМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.....	52-54
Кочкурова Е.А. к.э.н., доцент	ОЦЕНКА ФАКТОРОВ РИСКА ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	54-57
Крапивин В. А. к.э.н., доцент	ВОПРОСЫ СУЩНОСТНОГО СОДЕРЖАНИЯ СОВРЕМЕННОГО СЕРВИС-МЕНЕДЖМЕНТА.....	57-61
Кулагин Е.П., д.т.н., профессор, Швецова И. А., соискатель	БИЗНЕС – ТУРИЗМ В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ.....	61-63
Лохина И.Н. , к.э.н., доцент, Спекторская Л.С., ст. преподаватель	ЗНАЧЕНИЕ ТУРИЗМА В РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	63-66
Степанова М.П., к.э.н., доцент, Бацына Я.В., к.соц.н., доцент	ТУРИСТСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ НИЖЕГОРОДЦЕВ.....	66-68
Туватова В.Е., к.т.н., доцент	БРЭНДИНГ, КАК ЭЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГА В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ.....	68-71
Фетисов В.Д., д.э.н., профессор, Фетисова Т. В., к.э.н., доцент	ТУРИСТСКАЯ ПОТРЕБНОСТЬ: ПАРАДИГМА РЕАЛИЗАЦИИ В РОССИИ	71-73
Шестипалова Т.Р., ст. преподаватель	ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	73-75
Шестипалова Т.Р., ст. преподаватель,	ТУРИСТИЧЕСКИЕ УСЛУГИ В СЕКТОРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РЕГИОНОВ.....	76-78
3. ПРОВЕДЕНИЕ	МАСШТАБНЫХ	СПОРТИВНЫХ
СОРЕВНОВАНИЙ: ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ	79	
Зубкова О.В., ст. преподаватель	НАСЛЕДИЕ ГРЕНОБЛЯ: ДИСТАНЦИЯ В 50 ЛЕТ	79-81
Козлова Н.В., преподаватель	ОЛИМПИЙСКОЕ НАСЛЕДИЕ ЛОНДОНА.....	81-83
Поташник Я.С., к.э.н., доцент	О ПОДГОТОВКЕ ГОСТИНИЧНОЙ СФЕРЫ НИЖНЕГО НОВГОРОДА К ПРОВЕДЕНИЮ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ 2018 ГОДА.....	83-85
Сироткин В.Б., к.т.н., доцент, Шишова М.А., Эргашева М.Ю.	ВРЕМЕННЫЙ БОТЕЛЬ ДЛЯ ГОСТЕЙ.....	85-87
Сироткин В.Б., к.т.н., доцент, Патокина Н.	ЧТО ОСТАНЕТСЯ НИЖНЕМУ НОВГОРОДУ ПОСЛЕ ЧЕМПИОНАТА МИРА.....	88-90
Фетисов В.Д., д.э.н., профессор, Фетисова Т. В., к.э.н., доцент	МЕНЕДЖМЕНТ БЕЗОПАСНОСТИ МАССОВЫХ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ	90-92
Шимин Н.А., ст. преподаватель	БОЛЬШОЙ ФУТБОЛ – БОЛЬШИЕ ПРОБЛЕМЫ? (НАВСТРЕЧУ ПРОВЕДЕНИЮ МАТЧЕЙ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ 2018 ГОДА В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ).....	92-94
4. ВИДОВОЕ РАЗНООБРАЗИЕ ТУРИЗМА.....	95	

<i>Балахонова Е.В., к.э.н., доцент, Волкова Е.Г.</i> ЛИТЕРАТУРНЫЙ ТУРИЗМ: ПУТЕШЕСТВИЕ С ЛЮБИМОЙ КНИГОЙ.....	95-99
<i>Буланов А.С., Роганян Р.Р.</i> ДОСТУПНОСТЬ ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ ДЛЯ МАЛОМОБИЛЬНЫХ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ.....	99-101
<i>Горева М.Г.</i> ТУРИЗМ КАК СПОСОБ БОРЬБЫ СО СТРЕССОМ....	101-102
<i>Калинина Е.Н., к.п.н., доцент</i> АГРОТУРИЗМ И ЕГО ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПРИ СОЗДАНИИ КОМПЛЕКСНОГО ТУРПРОДУКТА.....	102-105
<i>Китай Ш.Д., к.ф.-м.н.,</i> ЗНАКОМЬТЕСЬ: МУЗЕЙ НАУКИ ННГУ.....	105-108
<i>Косова Л.С, к.г.н., доцент, Льготина Л.П., ст. преподаватель, Филандышева Л.Б., к.г.н., доцент</i> О ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМ ТУРИЗМЕ В ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ.....	108-112
<i>Крейцберг Е.А., к.б.н., Орлов Е.В., к.п.н., доцент</i> ОПЫТ РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА В КАНАДЕ (EXPERIENCE OF ECOTOURISM DEVELOPMENT IN CANADA).....	113-115
<i>Крылов Е.А., д.х.н., профессор, Корнилова М.С.</i> ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА.....	115-117
<i>Кряжев А.Б., к.г.н., доцент</i> О МАРШРУТАХ ВЪЕЗДНОГО И ВНУТРЕННЕГО ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ.....	117-120
<i>Никишина Н.В., Овчарова Т.Н., к.ф.н., доцент</i> КАУЧСЕРФИНГ: ЧТО ЭТО?.....	120-122
<i>Пащенко-де Превиль Е., PhD, External Professor</i> ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ – СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ВОЗМОЖНОСТИ.....	122-123
<i>Федерико Ф. Линарес Бедро (Federico F. Linares Pernil)</i> ИСПАНСКАЯ СТРАТЕГИЯ В ОБРАЗОВАНИИ СТУДЕНЧЕСТВА ПО НАПРАВЛЕНИЯМ «ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО» И «ТУРИЗМ» (ESTRATEGIA ESPAÑOLA EN LA FORMACIÓN DEL ALUMNADO QUE REALIZA ESTUDIOS OFICIALES RELACIONADOS CON LA HOSTELERÍA Y EL TURISMO).....	124-127
<i>Тихомирова О.Н.</i> СИСТЕМА «БЕЛОЯР» — ОДИН ИЗ ВИДОВ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА	127-128
<i>Florent L., PhD, Assistant Professor</i> THE GOVERNANCE OF THE PEDESTRIAN ACTIVITIES IN THE EUROPEAN UNION (ПЕШЕХОДНЫЙ ТУРИЗМ В ЕВРОПЕЙСКОМ СОЮЗЕ).....	129-133
5. ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И СЕРВИСА.....	134
<i>Болдин С.В., к.т.н., доцент</i> АНАЛИЗ СИСТЕМ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ.....	134-136
<i>Голубев В.А., к.и.н., доцент</i> УЧЕБНАЯ ЭКСКУРСИЯ В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ.....	136-139

Клюев К. ПУТИ РЕШЕНИЯ КАДРОВЫХ ПРОБЛЕМ В СФЕРЕ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ.....	139-140
Неделяева А.В., к.б.н., доцент, Паренко М.К., д.б.н., доцент, Прилашкевич Г.В., ст. преподаватель ПОЛЕВЫЕ ПРАКТИКИ ПО БЕЗОПАСНОСТИ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	141-143
Рындина И.В., ст. преподаватель, Костина О.А., к.психол.н., доцент РОЛЬ УЧРЕЖДЕНИЙ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА РЕГИОНА.....	143-145
Хусяинова Ю.Н., ст. преподаватель ФОРМИРОВАНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА	145-147
6. РЕКРЕАЦИОННО-ДОСУГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ И СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ.....	148
Журавишкіна Е.Г., к.б.н., доцент О ЗНАЧЕНИИ УЧЕТА МЕТЕОГЕЛИОТРОПНЫХ РЕАКЦИЙ ЧЕЛОВЕКА ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ И РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	148-150
Зверев Ю.П., к.м.н., доцент, Будняков М.А. ПРИМЕНЕНИЕ ГИДРОКИНЕЗОТЕРАПИИ ДЛЯ КОРРЕКЦИИ НАРУШЕНИЙ ОСАНКИ У ДЕТЕЙ	151-153
Кирсанов М.Ю., к.м.н., доцент К ВОПРОСУ ОБ АКТУАЛЬНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ РЕКРЕАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ.....	153-155
Курникова М.В., к.м.н., доцент, Оринчук В.А., к.п.н., доцент, Фомичева Е.Н., к.п.н., доцент ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ФИЗКУЛЬТУРНОГО ПРАЗДНИКА ДЛЯ ЛИЦ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ.....	155-158
Палигина Т.Э., Самыличев А.С., к.п.н., доцент АДАПТИВНЫЙ ТУРИЗМ И ВОКАЛОТЕРАПИЯ КАК ЭФФЕКТИВНЫЕ СРЕДСТВА И МЕТОДЫ РЕАБИЛИТАЦИИ ДЛЯ ЛИЦ С ОТКЛОНЕНИЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	158-161
Судонина М.Л., к.м.н., доцент ВЫБОР ФОРМ И СРЕДСТВ В АДАПТИВНОМ ТУРИЗМЕ ДЛЯ ЛИЦ С НАРУШЕНИЕМ ИНТЕЛЛЕКТА.....	161-164
Филиппова А.С., соискатель РЕКРЕАЦИОННЫЕ ЗАНЯТИЯ С ДЕТЬМИ РАННЕГО ВОЗРАСТА	164-166
Шеромова Н.Н., к.б.н., доцент, Звонкова М.Б., к.б.н., доцент ОРГАНИЗАЦИЯ АКТИВНОЙ ДВИГАТЕЛЬНОЙ РЕКРЕАЦИИ НА ПРИМЕРЕ КОННОГО КЛУБА «СЕРАЯ ЛОШАДЬ».....	167-168

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ

Председатель

Курникова М.В. - директор Филиала ФГБОУ ВПО «Сочинский государственный университет» в г.Н.Новгород, к.м.н., доцент

Члены организационного комитета:

Фомичева Е.Н. - председатель Научно-методического совета, заместитель декана по научной работе, к.п.н., доцент кафедры физической культуры и адаптивных технологий Филиала ФГБОУ ВПО «Сочинский государственный университет» в г.Н.Новгород

Морозова А.А. – руководитель отдела стратегического развития Департамента экономического развития, инвестиций и предпринимательства администрации города Н.Новгорода

Овчаров А.О. - член Научно-методического совета, заведующий кафедрой экономики и туризма Филиала ФГБОУ ВПО «Сочинский государственный университет» в г.Н.Новгород, д.э.н., профессор

Пашенко-де Превиль Е. - PhD, External Professor Groupe ESC Troyes, France

Крейцберг Е. (Kreuzberg E.) - специалист по охране природы (Conservation Biologist), к. б.н., Оттавское отделение Канадского общества сохранения парков и дикой природы (Canadian Parks and Wilderness Society - Ottawa Valley Chapter), Канада

Овчарова Т.Н. - член Научно-методического совета, заведующая кафедрой социально-гуманитарных дисциплин Филиала ФГБОУ ВПО «Сочинский государственный университет» в г.Н.Новгород, к.фил.н., доцент

Федерико Ф. Линарес Бедро (Pernil Federico F. Linares) - En el Instituto de Educación Secundaria “Murgi” de El Ejido (Almería), Испания

Куприянова Е.М. – заведующая библиотекой Филиала ФГБОУ ВПО «Сочинский государственный университет» в г.Н.Новгород

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ, ПРАВОВЫЕ, ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТУРИЗМА

ПУТЕШЕСТВИЕ: ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ И ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ

*Овчарова Т.Н., к.ф.н., доцент
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Одной из особенностей современного общества является вовлеченность в путешествия большого количества людей. Путешествия совершаются добровольно, в свободное от работы время, на разные сроки и расстояния, с различными целями. Путешествия стали признаком социального статуса человека [4]. Выбор направления и вида путешествия, места отдыха демонстрирует социальное положение человека, является показателем престижного потребления. Путешествия для современного человека все более становятся неотъемлемым компонентом их образа жизни.

В культуре путешествие – это универсальный символ изменений и движения, а путешественник – человек, который перемещение и новизну предпочитает стабильности и рутине. Путешествие соединяет в себе пространственно-временную (расстояние и длительность) характеристику, историко-культурный (символы, ценности) и экзистенциальный (смысловой) аспекты.

В античном мифе путешественник олицетворял собой героя, который, преодолевая трудности, достигал поставленной цели (путешествия Геракла, Одиссея, Тезея, аргонавтов). В древнерусской былине культурное понимание путешествия отражено в символике перекрестков, «придорожных камней», которые не просто указывали возможные направления дальнейшего пути, но и ставили перед путником задачу морального выбора правильного пути.

В Средние века «перемена мест» имела свои особенности. Так, например, в Японии большинство населения «с момента рождения и до самой смерти никогда не покидало своей «малой родины». Дороги были никуда не годными, велика была опасность ограбления, да это и физически было нелегко: нести за собой еду, постельные принадлежности, теплую одежду и несколько пар обуви. К тому же в Японии много полноводных рек, а мостов долгое время не существовало» [2, с. 33]. И все же в средневековой Японии люди с достатком совершали небольшие сухопутные и водные путешествия. Они отправлялись «весной любоваться цветущей сакурой, летом – слушать пение кукушки, осенью – наслаждаться видом алых кленов или полной луной, зимой – свежавывающим снегом» [там же]. Считалось, что путешествие приносит обновление душе, рассеивает уныние, развлекает.

Для японской культуры, пишет Е.Л. Скворцова, характерен образ художника-скитальца, который искал уединения для общения с природой. Преклонение перед природой – отличительная особенность восточной культуры, для художников природа – источник истинного знания и вдохновения. С XIV века территория Митиноку, куда входили пять провинций на северо-востоке острова Хонсю, становится излюбленным местом отшельничества японских художников. Путешествие в Митиноку имело целью не только получение новых впечатлений для творчества, но и личностное становление, т.е. экзистенциальный смысл. Странствие в Митиноку для традиционного художника, делает вывод автор статьи, – это «медленное, кропотливое, углубленное прохождение через стадии духовного роста». Это путь к внутреннему преображению художника, который необходим, чтобы художник стал творцом [2, с. 47].

В Средние века путешествие в массовом сознании было связано с практикой паломничества к святым местам. В ходе паломничества, через посещение храмов, других сакральных сооружений, а также мест сакральных событий человек обновлял собственное экзистенциальное пространство, получал впечатления, способные поддерживать дух и увеличивать жизненную энергию паломника [1].

Одним из вариантов путешественника является странник (скиталец). На Востоке «странствие» всегда связывалось с понятием перемен, преодолением как внешних границ, так и внутренних порогов. Один из основных памятников китайской письменной культуры так и называется «И-цзин» - «Книга перемен». Странник является неперенным атрибутом и православной культуры. Странничество отличается от путешествия тем, что не ведает конечной цели. Своими скитаниями, блужданиями странник символизирует поиск правды, поиск света [3, с. 50].

В статье В.А. Суковатой указывается еще на ряд образов, в той или иной степени и в разном качестве воплотивших в себе особенности путешественника. Это образ путешественника-бродяги – человека, сбившегося с пути, как в пространственно-физическом, так и моральном плане, не живущего ни по каким определенным законам. В дискурсе XIX века, отмечает автор, путешествие сравнивается с эмиграцией. Эмигрант – человек, потерявший родину, «свое» место. Есть общность и различие эмигранта и паломника. «И у того, и у другого существует определенная цель, достижение которой является идеалом. И в том, и в другом случае путешествие к цели может сопровождаться цепью страданий», приближающих паломника к святости, эмигранта – к ценностям другой страны. «Разница в том, что эмигрант путешествует, не планируя вернуться в точку отъезда, его путешествие напоминает бегство». Наконец, в постмодернистской культуре манифестацией «идентичности путешественника является фигура профессионального *шпиона* – *гостя* и *врага* в *чужой* стране». Фигура Штирлица в современном массовом сознании – образ человека, оказавшегося на границе двух культур. Он

чувствует себя «своим» в «чужой», но «близкой» Германии, и «чужим» – в далеком СССР [3].

До XVIII-XIX вв. путешествия были одним из основных источников получения сведений о природе, населении, хозяйстве тех или иных странах, об общем характере и очертаниях Земли. Большое значение для расширения знаний о Земле имели путешествия по Африке Д. Ливингстона и Г.М. Стенли, по Центральной Азии Н.М. Пржевальского и П.П. Семенова-Тян-Шанского и др. Впоследствии путешествия, целью которых было приобретение новых знаний, стали называться научными экспедициями, а термин «путешествие» с середины XX в. стал употребляться, в основном, применительно к туризму.

Описание путешествий в виде путевых заметок, очерков, романов можно встретить в литературе. В жанре «путевых очерков» написаны известные произведения русских писателей XIX-XX вв. («Путешествие в Арзрум» А.С. Пушкина, «Фрегат «Паллада» И.А. Гончарова, «Остров Сахалин» А.П. Чехова). Литературу о путешествиях продолжили книги Б. Зайцева «Афон» и «Валаам», И. Шмелева «Старый Валаам», рассказы и путевые заметки Н. Лескова, написанные ими после посещения святых обителей, центров духовной жизни России.

Граждане России получили возможность путешествовать по миру не так давно. Поездки за границу в СССР строго регламентировались и процент людей, совершавших заграничное путешествие, был невелик. Сегодня российского туриста можно встретить во всех уголках мира. На Интернет-форумах идет активное обсуждение зарубежных поездок, имеющаяся там информация позволяет социологам выделить характеристики путешествий, которые больше всего ценятся российскими туристами. В статье А.Б. Фенько приведена таблица частоты упоминаний зарубежными и российскими туристами различных категорий, отражающих их ценностные ориентации [4]. В отличие от западных туристов, российские туристы больше всего ценят условия проживания, особенности питания и качество сервиса, состояние пляжей, наличие развлечений. Западные отдают предпочтение пейзажам, красоте природы, гостеприимству, дружелюбию, безопасности, тишине. Данные проведенного исследования дают представление об уровне культуры российских туристов (зачастую невысокой), позволяют (как, впрочем, и данные других исследований) диагностировать «болевые точки» отечественной сферы сервиса и туризма.

Библиографический список:

1. Замятин, Д.Н. Феномен паломничества: географические образы и экзистенциальное пространство / Д.Н. Замятин // Человек. – 2009. - № 4. – С. 58-70.
2. Скворцова, Е.Л. Странствия как путь художника в традиционной Японии / Е.Л. Скворцова // Человек. – 2010. - № 3. - С. 32-47.

3. Суковатая, В.А. Путешествие. Культурно-антропологический хронотоп Другого / В.А. Суковатая // Человек. – 2010. - № 2. – С. 48-64.
4. Фенько, А.Б. Туризм как показатель социального статуса / А.Б. Фенько // Социс. – 2007. - № 2 (274). - С.125-131.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Гиман М.Г., ст. преподаватель
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Современные информационные технологии активно внедряются во все сферы человеческой деятельности. Не является исключением и сфера туристского бизнеса, в котором их применение является неперенным условием успешной работы. Информационные технологии характеризуются высокой скоростью обработки информации, оперативностью, точностью, надежностью, что приводит к высокой эффективности работы в области, принятию наиболее оптимальных управленческих решений.

Турагенты и туроператоры активно используют системы бронирования, резервирования, видеосистемы, системы взаимодействующих видеотекстов.

Компьютерные системы бронирования и резервирования предоставляют авиа услуги, ночевки в гостиницах, аренду автомобилей, круизные поездки, информацию о месте пребывания, курсы валют, сообщения о погодных условиях, автобусное и железнодорожное сообщение. Они позволяют резервировать все основные сегменты тура: авиаперелеты, места в гостиницах, страховые полисы, экскурсии, билеты в театр.

Турагенты, войдя в базы данных, расположенные на специальных серверах, могут получить информацию от поставщиков о наличии услуг, их качестве и стоимости. Могут сделать заказ этих услуг.

На рынке туризма существует большое число крупнейших компьютерных систем резервирования. Эти системы позволяют агентствам полностью автоматизировать работу по обслуживанию клиентов. Например, вести клиентские базы данных, хранящие информации о турах, гостиницах, клиентах, состоянии заявок. Распечатывать договоры, путевки, счета, устанавливать связь с бухгалтерскими программами.

В плане автоматизации гостиничный бизнес не отстает от туристического. Крупные и средние отели имеют базы данных, включающие номерной фонд с подробным описанием, бронирование и занятость номеров, сведения о клиентах, сроках их проживания, пользования дополнительными услугами. Эти сведения помогают

эффективно использовать ресурсы отеля и принимать оптимальные решения по управлению.

С развитием глобальной компьютерной сети Интернет большинство поставщиков туристических услуг активно используют его в своей работе. Первым сектором туристического рынка на Западе, начавшим использовать потенциал Интернет, стали отели. Создав свои сайты, они выкладывают подробную информацию о себе, своих услугах и ценах. Кроме этого, отели активно используют графическую информацию: вид и план отеля, панорамные виды отдельных номеров, расположение отеля на карте города. Некоторые отели размещают путеводители по крупнейшим городам Европы. Более того, на сайте многих отелей можно забронировать номер, не прибегая к услугам сотрудников.

Туроператоры и турагентства на своих сайтах предлагают туры с подробным их описанием. Это помогает потенциальным клиентам подробно ознакомиться с предлагаемыми турпродуктами и выбрать подходящий для себя, что сокращает время пребывания в турагентстве, так как клиент приходит с уже готовым решением.

В Интернете существует большое число сайтов, предлагающих покупку авиа и железнодорожных билетов с расписаниями рейсов, сведениями о самолетах, дополнительных услугах, с разработками маршрутов до пункта назначения и удобными пересадками.

Таким образом, большое количество информации в области туризма позволило пользователям Интернета самостоятельно организовывать свой отдых, не прибегая к услугам турагентств. Миллионы пользователей Интернет могут со своего домашнего компьютера самостоятельно разработать свой маршрут отдыха, заказав авиа или железнодорожные билеты, трансферы, места в гостиницах, экскурсии, билеты на культурные и спортивные мероприятия.

Библиографический список:

1. Морозов М.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова. – 5-е изд. - М.: Академия, 2007. – 240 с.
2. Интернет-ресурс: <http://www.hotelslobby.com/>
3. Интернет-ресурс: <https://www.anywayanyday.com/>

ОБРАЗ ГРАДА КИТЕЖА КАК КУЛЬТУРНОГО ФЕНОМЕНА РОССИИ (СОХРАНЕНИЕ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО НА ПРИМЕРЕ ОЗЕРА СВЕТЛОЯР И ЛЕГЕНДЫ О НЕВИДИМОМ ГРАДЕ КИТЕЖЕ)

*Гроза А. Б., директор МКУ «Природный парк «Воскресенское
Поветлужье», и.о. директора
МКУК «Историко-художественный музей «Китеж»,*

*Малинов А. В., доцент, д. ф. н.,
Санкт-Петербургский государственный университет,
кафедра музейного дела и охраны памятников,
факультет философии и политологии*

Уму - республика, а сердцу – Мать-Русь.
Пред пастью львиною от ней не отрекусь.
Пусть камнем стану я, корягою иль мхом,-
Моя слеза, мой вздох о Китеже родном...
Н.Клюев «Уму – республика...», 1917

Народная легенда о граде Китеже, сокрывшемся от полчищ кочевников в глубинах озера Светлояр, — одна из самых поэтических легенд о древней Руси. Распространившись в старообрядческой среде в середине XVIII в. и получив в конце XIX в. литературное отражение в трудах Мельникова-Печерского «В лесах», эта легенда приобрела особую популярность в начале XX столетия, в том числе, благодаря опере Римского-Корсакова «Сказание о невидимом граде Китеже и девице Февронии», и органично вошла в культурный репертуар XX в. Она вдохновляла русских поэтов (от Андрея Белого и Максимилиана Володина до Игоря Северянина и Анны Ахматовой), особо запечатлевшись в поэзии Николая Клюева.

Представления о Китеже христианизировались в соответствии с общими процессами, происходящими в русской культуре. Однако, даже в христианизированных фольклорных образах различимы лежащие в их основе архетипы, которые сложились в древней мифологической традиции. Они живут в генетической памяти поколений, передающих свое культурное наследие по законам преемственности. Эти же первообразы пульсируют и в «сверхличном, или коллективном, бессознательном», что со всей очевидностью проявляется в народном творчестве, и особенно в мифологии, которую К.Г. Юнг отождествляет с «коллективной психикой, а не индивидуальной» [1].

«Эзотерически эта легенда вскрывает важную реальность человека и народов. Глубокой человечностью преломилось сказание о Граде Китеже в русском сознании<...>. Русское сознание питается правдой, лежащей в основе мироздания» Архиепископ Иоанн Сан-Францисский [2].

Овладевая умами и стимулируя творческое вдохновение, образ Китежа в начале XX в. побуждал многих «интеллигентов» приобщиться к созерцанию и сопереживанию «праведной» Руси. Семеновский уезд Нижегородской губернии, где находится озеро Светлояр (ныне — Воскресенский район Нижегородской области), посещали — в разное время — В.Г. Короленко, Д.С. Мережковский и З.Н. Гиппиус, М.М. Пришвин, С.Н. Дурылин, С.А. Клычков, Н.С. Ашукин и др. Не только мода или любопытство влекли их на берега Светлого озера, но и жажда духовного общения с «народом». И почти каждый, кто побывал «у стен града

невидимого» и набрался там ярких впечатлений, оставлял красочные описания своего странствия.

По мере углубления и распространения мифа о Китеже растет и число исследований, ему посвященных. Описать и осмыслить китежский миф издавна пытались и поныне пытаются представители разных наук: историки, этнографы, фольклористы, литературоведы (и не только в России). Особенно заметной была работа В.Л. Комаровича, ставшая со временем классической: «Китежская легенда. Опыт изучения местных легенд». Легенда многократно привлекала внимание и в контексте ее соотнесенности с аналогичными народными сказаниями, объединенными темой поиска «идеального» (Божьего) царства — Беловодья, Опоньского царства (другими словами, рая, святой земли, Небесного Иерусалима).

Легенда о невидимом Граде Китеже, в первые десятилетия XX в., выходит за «местные» рамки и превращается в один из национальных символов России, становится одной из метафор национального самосознания, образом Святой Руси.

Райнер Мария Рильке в своем известном письме к Леониду Пастернаку (отцу поэта) писал 14 марта 1926 г. о том, что исконная («глубинная... умеющая все претерпеть») Россия не погибла, а лишь «вернулась ныне к своим потаенным корням, как это было уже с ней однажды во времена татарщины <...> и, объятая темнотой, незримо и медленно, в святой своей неторопливости собирается с силами для какого-нибудь, еще, быть может, далекого будущего» [3].

Исконная Россия подверглась новому испытанию (большевизм), но ее сокровенная суть осталась нетронутой. Придет время — и Россия явит миру свой ослепительный, незамутненный («нерукотворный») лик. Такого рода представления были распространены — в советский период — и внутри страны. «Россия, Русь! Храни себя, храни, — восклицал в 1960-е гг. поэт послевоенного поколения Николай Рубцов [4].

Предпосылки этой историко-культурной трансформации можно видеть уже в романах Мельникова-Печерского, запечатлевшего старинный быт и древние устои старообрядческого Заволжья. Важнейшей вехой стала, как указывалось, опера Римского-Корсакова, немало способствовавшая популярности китежской темы. Однако были и другие (более существенные, на наш взгляд) причины: ощущение надвигающейся катастрофы, эсхатологические настроения, усугубленные революциями и войнами в период между 1905 и 1922 годами; тема «народа» в русском культурном сознании начала XX в.; напряженная религиозная мысль, увлеченная поисками Нового Града, Новой Церкви, и т.п.

Ибо Русский Китеж, корнящийся в народной легенде, вырастает — как общенациональный миф — прежде всего, из потребностей общественного сознания. Успех романов Мельникова-Печерского, оперы Римского-Корсакова, стихотворений Клюева и Волошина объясняется не только их художественными достоинствами — он напрямую связан с движением русской общественной мысли: от народничества 1860—1870-х

гг. к религиозному народничеству начала XX в.; от революционной волны в первой половине 1900-х гг. к богоискательству и богостроительству, охватившим в «эпоху реакции» различные слои русского общества; от яростных дискуссий вокруг проблемы «народ и интеллигенция», предельно обострившейся в период «между двух революций», до полного переосмысления понятия «народ» после победы большевизма. Нараставшее на этом фоне внимание к Китежу представляется вполне естественным [5].

Легенда, как видно, оказалась жизнеспособной. Два мифа (о Святой Руси и Невидимом Граде) постепенно слились воедино, и Китеж стал функционировать в нашей культуре как воплощение трагической судьбы России, как выражение ее неосуществленных мечтаний о Царстве Божием и Небесном Иерусалиме, о праведной, райской жизни. Сюжет разросся, превратился в систему представлений, в емкую метафору, трактовать которую можно по-разному, но ядро ее остается неизменным: образ богоспасаемой, святой страны. В этом и заключается уникальность «местной легенды», давно преодолевшей свой старообрядческий генезис.

«Китежский миф, повествующий о прошлом, объясняющий искупительный путь настоящего и дающий опору для веры в будущее, становится средством осмысления русской истории» [6].

Да, китежский миф превратился в миф о России, какой она до сих пор предстает зачарованному взору: несбыточная утопия, «наш неосуществимый сон» (Волошин).

И в наши дни на берега озера Светлояр начинают приходить верующие, паломники, туристы. Но за последнее времена ушедшего века так сложилось, что территория озера превратилась и в некое подобие зоны отдыха не только районного, но и областного значения. Сегодня Светлояр буквально «стонет» от того, как ведет себя человек на берегах священного места. Мы чувствуем, как незримо разрушается духовное наследие, благодаря умалению и осквернению устоев и традиций, в веках совершающихся здесь. Не менее печально и то, что человек, разрушая своим невежеством и незнанием окружающее пространство, превращает в развалины и свой собственный храм души.

По-человечески понятно, что местному населению негде искупаться в жаркий день, и они приходят к озеру. И все-таки, исходя из уникальности как исторического, так и духовного значения Светлояра, нужно искать выход из сложившейся ситуации. Такой выход, конечно же, есть. Территориально развести данные две идеологии: памятника природы и парка культуры. Ведь что мешает, например, возродить и благоустроить места отдыха на берегу речки Люнды, где они и были, поскольку в озере раньше не купались? Построить купальню у святого ключика Кибелек для омоложения верующих. Создать места отдыха на берегу р. Ветлуги и на р. Керженец, других озерах и водоемах Нижегородского Заволжья. Ведь «сохранение культурной среды – задача не менее существенная, чем сохранение окружающей природы. Если природа необходима человеку для

его биологической жизни, то культурная среда столь же необходима для его духовной, нравственной жизни, для его «духовной оседлости», для его нравственной самодисциплины и социальности. Длительный процесс исторического развития общества, окружающей среды ведёт к нарастанию мощности культурного слоя, к формированию сложной и разнообразной культурной среды. Д.С. Лихачёв обращает внимание на обратный процесс. «Запас» памятников культуры, «запас» культурной среды крайне ограничен в мире, и он истощается со всё прогрессирующей скоростью» [7].

Ведь озеро Светлояр и связанная с ним легенда о соковенном граде Китеже является одним из ярких примеров культурного ландшафта. По классификации охраняемых территорий Юнеско относит данный тип территории к ассоциативным типам ландшафтов. Это ландшафты, хранящие в себе память о выдающихся исторических событиях, исторических личностях или связанные с художественными произведениями. Они несут в себе черты сакральности. При этом необходимо отметить, что культурный ландшафт, как объект наследия, рассматривается весьма широко. Он включает не только вещественно-выраженные природные и культурные объекты, но и сохранившуюся на этой территории живую традиционную культуру, мифы и легенды, хранителем, которого является население, проживающее на этой территории [8].

Сегодня просто необходимо центральной улице села Владимирское, озеру Светлояр с памятными местами, дороге к ключику Кибелек, могиле «Трёх Старцев» придать статус достопримечательного места. Это позволит усилить значимость данной территории, с точки зрения историко-культурной ценности и выстроить режим сохранения и эффективного использования данной местности. Придание исторического статуса данной территории также способствуют и открытия Ветлужской археологической экспедиции Музея ННГУ, которые обнаружили в 2011 году русские средневековые селища Владимирское 1 (на правом берегу реки Люнды), Светлояр 1 и Светлояр 2 (на Святых горах у озера Светлояр).

В результате является целесообразной музеефикация культурного ландшафта озера Светлояр и прилегающих достопримечательностей. Музеефикацию мы понимаем как направление музейной деятельности и охраны памятников, сущность которого – преобразование историко-культурных и природных объектов в объекты музейного показа с целью максимального сохранения и выявления их историко-культурной, природной, научной, художественной ценности и включения их в актуальную культуру. А в будущем создать музей-заповедник на базе существующего историко-художественного музея «Китеж» и территории, имеющей статус «Достопримечательное место».

В итоге, можно инициировать процедуру включения данного объекта в список объектов ЮНЕСКО в номинации нематериальное культурное

наследие. У России всего два объекта в данной номинации, это пение Забайкальских старообрядцев и эпос Эвенков.

Многовековое почитание водоема племенами язычников, искоренение язычества церковью, раскол в самой церкви, борьба советской власти с религией и наступивший, наконец, период новой эпохи, ноосферы – все, как в зеркале, отразилось в водах Светлояра. Стремление познать свою Родину, ее природу и историю влекло и влечет к этому озеру многочисленных людей.

Притяжение Светлояра основано на стремлении людей к воссозданию в душах своих образа Светлого Града, созвучного образу Небесного Града Китежа. Это притяжение основано на нравственных законах и обогащено разумной верой благодаря знаниям и опыту. Пусть живительный источник Матери Природы и великий символ многих поколений позволит найти точку опоры и сохранить равновесие и устойчивость в нашем обществе в эпоху глобальных перемен.

Библиографический список:

1. Криничная Н.А. Русская мифология: Мир образов фольклора. - М.: Академический проект; Гаудеамус, 2004. – 1008 с. - («Summa»).
2. Архиепископ Иоанн Сан-Францисский. Дно Светлояра // Архиепископ Иоанн Сан-Францисский. Избранное. - Петрозаводск: Святой остров, 1992. – С. 509–510.
3. Рильке и Россия: Письма Дневники. Воспоминания. Статьи. Стихи. - СПб., 2003. - С. 550.
4. Рубцов Н.М. Собр. соч. В 3 - х т. - М., 2000. - Т. 1. - С. 204. - («Видения на холме»).
5. Азадовский К. Тоска и томление по Святой Руси // Новое литературное обозрение. – 2013. - №119.
6. Карлсон И. Поиски Руси Невидимой: Китежская легенда в русской культуре. 1843-1940. - Goteborg, 2011. – 392 с. - (Slavica Gothoburgensia 10).
7. Лихачёв Д.С. Земля родная. – М., 1983. - С. 82; 93.
8. Культурный ландшафт как объект наследия / под. ред. Ю.А. Веденина, М.Е.Кулешовой. - М.: Институт Наследия; СПб.: Дмитрий Буланин, 2004. – 620 с.

ОПЫТ ИССЛЕДОВАНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ЕГО СЕГМЕНТОВ

*Долгушев Д.С., к.э.н., доцент, зав. кафедрой менеджмента
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Подъём народного хозяйства возможен только при использовании новейших достижений научно-технического прогресса. На рубеже

третьего тысячелетия в мире произошла революция в области коммуникаций и информации. Массовая компьютеризация, внедрение информационных технологий и Интернета привели к впечатляющему рывку в сфере бизнеса, промышленного производства, научных исследований, образования и социальной жизни.

Ускорение информационных процессов с учётом мирового опыта будет способствовать совершенствованию управления народным хозяйством страны, в результате чего должно существенно улучшиться качество управленческих действий. Для этого необходима существенная поддержка от государства. Только синтез информации и организации обеспечивает успешное общественное развитие.

Вполне возможно, что рынок информационных услуг будет тем проводником новых методов ведения бизнеса, а компании - теми средствами их воплощения, которые научат участников рынка лучше понимать и взаимодействовать друг с другом. Исходя из этого, мы предлагаем следующее понятие рынка.

Рынок – это наиболее многочисленный общественный институт, действующий в рамках экономической доктрины отдельных государств и мирового хозяйства в целом, где покупатели и продавцы имеют возможность совместно принимать решения о производстве и купле-продаже благ, при этом оставаясь независимыми в своих решениях и выборе.

Определение рынка включает в себя достигнутый уровень прогресса общества и социально-экономической мысли и показывает, что основная роль в капиталистической системе принадлежит клиентам, а в экономически развитых странах всё в большей степени виртуальным клиентам. В современных условиях компании не должны мешать клиентам иметь своё видение и реализовывать его. В условиях такого положения вещей рынок как общественный институт, и как часть более сложной системы в сочетании с другими её элементами создаёт «здоровую» общественно-экономическую среду.

Затрагивая в исследованиях историю мировой информатизации можно проследить особенности формирования рынка информационных услуг, в том числе сделать срез и по региональному уровню.

В ходе исследования выявляются проблемы и периоды их актуализации, которые очень часто своими корнями уходят за пределы последнего десятилетия экономических преобразований в нашей стране. Изучению обязательно необходимо подвергнуть и советский период развития и внедрения информатизации.

Проводя исследование опыта зарубежных стран по созданию и развитию рынка информационных технологий, необходимо отметить различные процессы целого ряда составляющих, оказавших решающее воздействие на развитие данного рынка.

После второй мировой войны стало ясно, что достижение геополитических целей за счёт военного превосходства имеет

ограниченные возможности. США как страна наименее пострадавшая во время второй мировой войны в этом плане получила уникальное преимущество. Именно в этот период развития зарубежной экономической мысли происходит изменение отношения к роли информации в экономике, появляются первые работы, описывающие представление информации как об экономическом ресурсе, интерпретирующей своё представление об «индустрии знания».

Анализируя показатели рынка информационных технологий зарубежных стран, в первую очередь следует начинать с США, как главного региона на карте развития мировых информационных технологий. В качестве исходного пункта анализа, мы использовали данные за 1958 год по «индустрии знаний» США.

Успешное решение задачи ускоренного формирования информационного потенциала в большинстве капиталистических стран и переход индустрии на новую технологию с середины 60-х до середины 70-х годов, существенно увеличившие возможности повышения уровня централизации и концентрации подготовки информационных услуг и на этой основе более полной реализации принципов рациональной организации и функционирования информационных систем, явились предпосылкой дальнейшего углубления международного взаимодействия и развития интернационализации индустрии информации.

Анализ мирового рынка информационных услуг в конце 80-х начале 90-х годов XX века свидетельствует об усилении и углублении связей между индустриями информации разных стран, возрастании их взаимозависимости и взаимодополняемости, переплетении по многим линиям, зарождении и развитии мировой индустрии информации.

В работах, имеющих отношение к данной проблеме, мы выявили следующие тенденции во взглядах отечественных и зарубежных авторов, которые можно представить в виде трёх групп, каждая из которых соответствует определённому научному взгляду на то, что относится к рынку информационных услуг.

Первая группа - **глобальный подход**, к оценке мирового рынка информационных технологий (период с 60-80-х гг.). К информационным услугам относят – исключительно базы данных всех форм собственности, диалоговый доступ к базам данных и новые виды услуг диалогового доступа. Такую точку зрения отражают в своих работах следующие авторы: Родионов И.И. (1991г.), Хорошилов А.В. и Селетков С.Н. (2004г.), Романов А.Н. (1996г.).

Вторая группа - **региональный подход** по оценке российского рынка информационных услуг в сравнении с мировым (период начало XXI века). К информационным услугам относят – консалтинг, внедрение, пусконаладочное управление, тренинг, сервисная поддержка. Это самый современный подход, отражающий сегментацию рынка информационных услуг. Подход разработан зарубежными исследовательскими и

консалтинговыми компаниями (International Data Corporation, Forrester Research).

Третья группа - **государственный**, «правительственный» подход к российскому рынку информационных технологий (период - вторая половина 90-х гг. века и начало XXI века). К информационным технологиям относят некоторую часть инфокоммуникационной отрасли. Это также современный подход к сегментированию рынка информационных технологий и, в частности, информационных услуг. Подход разрабатывается государственными органами РФ (соответствующими агентствами и отдельными ответственными лицами), и отечественными учёными (Резникова Н.П. (2002г.).

Выбор и утверждение подхода связан с различными факторами как внутреннего, так и внешнего характера. Одним из важных внешних факторов является экономическая обстановка в мире. При этом крайне важным становится понимание того положения, которое занимает Россия в глобальной экономике.

Так, например, если сослаться на доклад «Конкурентоспособность и стадии экономического развития» (Porter M.E. (Institute for Strategy and Competitiveness, Harvard Business School), Sachs J.D. (Center for International Development at Harvard University), McArthur J.W. (Center for international Development at Harvard University). Competitiveness and Stages of Economic Development; «Ведомости» от 22.10.2001, с. 1), то Россия, занимала 58-е место в рейтинге текущей и 63-е место в рейтинге перспективной конкурентоспособности (т.е. на перспективу оценка России должна ухудшиться, по мнению экспертов).

Начиная с 2002 года, информатизация в России проходит в контексте рыночных реформ, поддерживаемых руководством страны. Основные из которых:

1. Комплекс реформ в социальной сфере, затрагивающий трудовые отношения, социальную систему, пенсионное обеспечение, образование и жилищно-коммунальную систему.
2. Модернизация экономики, предусматривающая формирование благоприятного делового и инвестиционного климата, налоговую реформу, дерегулирование или «дебюрократизацию» экономики, защиту прав собственности, налаживание современного корпоративного управления, легализацию теневой экономики, банковскую реформу, регулирование в области естественных монополий.
3. Реформирование государства, включающее реформу федерализма, судебную и административную реформу, усовершенствование гражданской и военной службы.

Указанные выше факторы позволяют утверждать, что проходящие реформы за десятилетний период явно показали роль информационного ресурса, как ключевого для построения информационного общества, формирования общественного мнения, создания электронного правительства, выработке новой экономики, основанной на знаниях.

Библиографический список:

1. Гореткина Е. Российский ИТ-рынок растёт по всем направлениям / Елена Гореткина // PC WEEK/RE. – 2002. - №42, 12-18 ноября.
2. Мусич П. Новые игроки на оффшорном рынке ИТ / Паула Мусич // PC WEEK/RE. – 2002. - №42, 12 ноября.
3. Прохоров А. Интернет как новая глобальная индустрия (анализ, тенденции, прогнозы) / Александр Прохоров // Компьютер Пресс. - 2001. - №1, январь. - С. - 34-38.
4. Некоторые аспекты развития информационных систем в Скандинавии, Франции, Великобритании и США // ЭИ Информатика. – 1983. - №27. – С. 8-14.
5. Кутейников А.А. Информационная техника: экономические и социальные аспекты / А. А. Кутейников, В. Б. Супян // США. – 1986. - №3. – С. 59-66.
6. Громов Г.Р. Национальные информационные ресурсы: проблемы промышленной эксплуатации. – М.: Наука, 1985. – С. 237.
7. Информация как ресурс предприятия // ЭИ Информатика. – 1987. - №28. – С.1.
8. Хатман М.К. Некоторые экономические и правовые вопросы при использовании современной информационно-коммуникационной технологии: материалы конференции Автоматизация информационного обслуживания, 1987, Бургас, Болгария. – София, 1987.

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ БОРЬБЫ С СОВРЕМЕННЫМ ПИРАТСТВОМ

JUDICIAL ASPECTS OF STRUGGLE AGAINST THE MODERN PIRACY

*Жулидов С.Б., к.ф.н., профессор
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород,
Хагг Р., аспирант
Университет «Оксфорд-Брук», Великобритания*

Piracy being a big and dangerous threat to the world economy including tourism, some ways are described to curb or even to put an end to it. Definitions of the phenomenon are discussed and recommendations are given as to how it is to be fought against lawfully.

ВВЕДЕНИЕ. Предметом исследования является изучение причин и последствий проблемы, которая препятствует межгосударственным деловым контактам с древнейших времен, проблемы, которая привлекает

пристальное внимание многих государств, в том числе и применительно к туристическому бизнесу.

Проблема пиратства всегда беспокоила межнациональные предприятия, однако в последнее время она резко обострилась, и стала волновать уже непосредственно конечного потребителя продукции (клиента, туриста). Судоходные и туристические компании, которые в настоящее время испытывают трудности, типичные для всех прочих видов бизнеса, сталкиваются и еще с одной проблемой, требующей своего решения, а именно – пиратством.

Пиратство возродилось вновь – и не только в голливудских фильмах (например, «Пираты Карибского моря» и др.), а в портах и морях по всему миру. Порой бытует мнение, что в истории человечества мало какие преступления вызывают столь же яркие, цветистые и романтические ассоциации, как пиратство. Отчасти разделяя это мнение, мы попытаемся развеять подобные ассоциации, а также проследить причины пиратства и его последствия, равно как и современные способы борьбы с этим древнейшим видом преступлений.

К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ТЕРМИНА. Хотя, на первый взгляд, понятие «пиратство» и кажется простым, однако на самом деле его толкование сопряжено с немалыми сложностями. Так, по словам К. Химпендаля, разновидности и масштабы пиратства многообразны – от мелких атак на торговые суда до тщательно спланированных нападений на круизные лайнеры, а это – преступления, различия между которыми весьма велики. С другой стороны, нападения на крупные торговые суда могут осуществляться таким образом, что экипаж так ничего и не узнаёт об этом: пираты тайком проникают на борт с целью кражи денег и похищения находящегося на борту оборудования (так наз. пиратство наудачу). Вместе с тем, пиратство может быть связано и с похищением людей и жестоким насилием, что приводит к человеческим жертвам и наносит потерпевшим глубокие психологические травмы.

Толковый словарь дает такое определение пиратства: «Акт совершения грабежа, похищения людей или насилия на море, особенно совершаемое одним судном против другого». Этого основополагающего определения, в принципе, достаточно, для понимания того, о чем идет речь. Однако дать юридическое определение всегда было значительно труднее.

В ООН выработано следующее рабочее определение, принимаемое многими: «Пиратство – это любое незаконное действие, связанное с насилием, захватом и удержанием экипажа или пассажиров частного судна или самолета в личных целях и проводимое: а) в открытом море против судна или самолета, либо против людей или собственности, находящихся на борту; б) против судна, самолета, людей или собственности в акватории или воздушном пространстве, находящихся вне юрисдикции какого-либо государства». Именно это определение и взяла за основу Международная морская организация (ММО).

С другой стороны, Международное бюро судоходства (МБС) исходит из следующего определения: «Пиратство – это акт проникновения или намерения проникновения на судно с умыслом совершения кражи или иного преступления, а также с умыслом применения силы в ходе данного акта». Как видим, данное определение включает в себя нападение, либо намерение нападения на судно, находящееся в открытом море или стоящее на якоре, тогда как первое определение ограничивает пиратство нападением на судно только в открытом море.

Совершенно очевидно, что такое отсутствие единства в определениях вызывает множество трудностей юридического характера. Так, один и тот же акт может квалифицироваться как «вооруженное нападение», если он произошел в территориальных водах данного государства, и как «пиратство» – если он произошел всего лишь в нескольких метрах от этого места.

Как бы там ни было, проблема эта пока далека от разрешения, коль скоро, как упомянутые международные организации, так и правительства разных стран не могут прийти к единому мнению на этот счет. В результате, международным организациям трудно сотрудничать с правительствами разных стран, а это ведет к ситуации, которая выгодна лишь одной-единственной группе лиц, а именно – самим правонарушителям, т.е. пиратам.

ПРИЧИНЫ ЯВЛЕНИЯ. Установить причины пиратства столь же трудно, сколь и определить, что же такое преступление вообще. Это вызвано, главным образом тем, что сами формы пиратства многочисленны и меняются от эпохи к эпохе и от региона к региону. В основе пиратства лежат экономические, социальные и культурные мотивы, уровни насилия и его разновидности, типы жертв и *modus operandi*. Масштабы пиратства также различны. Так, водоизмещение судов, подвергшихся нападению в 2011 году, варьирует, всего-навсего от 100 до 70 000 тонн. Поэтому к вопросу определения понятия пиратства, так или иначе, приходится постоянно возвращаться.

Трудности с определением понятия переносятся и на законодательство. Так, Дзинг Су проводит различие между пиратством и морским терроризмом, считая, что само по себе пиратство – не является политической акцией... а акция, которая направлена исключительно против государства или его граждан – не является, в свою очередь, пиратством. Дзинг Су утверждает, что между пиратством и морским терроризмом непременно следует проводить различие. Первое определяется в большей степени экономическими и социальными причинами, тогда как в основе второго лежат религиозные мотивы. Это прекрасно видно и из лежащих в их основе причин: пиратство определяется такими факторами, как бедность, коррупция и административная некомпетентность, тогда как терроризм представляет собой не столько средство, сколько цель: после нападения террористы отнюдь не стремятся выжить, прихватив с собой добычу. Напротив, их

цель – пойти на дно вместе с судном, привлекая к себе тем самым как можно больше внимания общественности.

Другие исследователи отмечают, что и в основе морского терроризма могут лежать различные причины. Так называемые «политические пираты» ставят своей целью – добыть деньги для ведения политической борьбы, например, группа Gerakan Aceh Merdeka (GAM) и Moro Islamic Liberation Front (MILF). Иные цели ставит перед собой Abu Sayyaf Group (ASG), которая, как и MILF, откололась от повстанческой группы Moro National Liberation Front (MNLF). Однако группа ASG, рассматривается США как террористическая организация, которая использует пиратские методы для привлечения к себе внимания общественности. ASG, которая, как считают, связана с Аль-Каидой, взяла на себя ответственность за взрыв на пароме Superferry 14, в результате которого погибло 100 человек.

Когда речь заходит о крупных торговых судах, то к факторам, способствующим пиратству, можно отнести следующие: сокращение числа членов экипажа, учитывая, что у них более продолжительный рабочий день, в результате чего их бдительность притупляется, а также уступчивость моряков, некоторые из которых прямо признают, что платят пиратам «дань».

Часто, однако, жертвами пиратов становятся не столько международные судовые компании, сколько местные жители, включая простых рыбаков и владельцев мелких суденышек, а также обитателей побережья. Такое пиратство распространено в ряде регионов (особенно в Индонезии и Малайзии). Пиратство – это попросту образ жизни (точнее, способ выживания) людей, у которых нет работы. Оно коренится в бедности, в отсутствии эффективной полиции, а также в культурных и природно-географических особенностях региона. Для таких стран, как Индонезия, патрулировать свою огромную береговую линию попросту экономически невыгодно: расходы на это значительно превысили бы убытки, причиняемые пиратами. Более того, эти расходы – пустяки, по сравнению с прочими противозаконными деяниями, такими как незаконная рыбная ловля и контрабанда.

СУВЕРЕНИТЕТ – ВОТ КАМЕНЬ ПРЕТКНОВЕНИЯ. Прибрежные и островные государства, такие как Индонезия, проявляют в этом вопросе более узкое мировоззрение, нежели морские державы, имеющие глобальные интересы. После Второй мировой войны прибрежные государства, ставшие независимыми, захотели увеличить свои территориальные воды с традиционных трех морских миль до шести, двенадцати, а порой даже и до двухсот миль. Объясняли они это как экономическими (природные ресурсы, рыболовство), так и политическими, военно-стратегическими причинами, а также соображениями безопасности судоходства. В этой связи сразу же возникли проблемы, и когда Индонезия и Малайзия самопровозгласили свой суверенитет над архипелагом, даже Малаккский пролив, ширина которого местами составляет всего лишь

семь-восемь миль, перестал относиться к международным водам. Это вызвало законное недовольство и возмущение ряда стран. Тогда для решения этой проблемы по требованию главных морских держав был введен «транзитный режим», официально узаконенный в 1982 году.

Однако дух территориального суверенитета продолжает царить и поныне, что мешает борьбе с пиратством в его разных формах. Такие страны, как Индонезия и Малайзия, с подозрением относятся к планам иностранных государств патрулировать их воды. Они утверждают, что США и другие страны намеренно преувеличивают опасность, чтобы специально подвести к их берегам свои военные суда и сделать эти воды международными. Они видят бóльшую угрозу своей безопасности от иностранного присутствия в проливе, нежели от пиратов.

А вот Сингапур, напротив, охотно склонен принимать эту помощь, которую Индонезия именует проявлением «американского империализма».

Столь различные подходы, естественно, препятствуют объединенной борьбе с пиратством. Но даже те страны, которые неохотно предоставляют свои территориальные воды для борьбы с ним, все же готовы присоединиться к конвенциям, ставящим такую борьбу своей целью.

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО ПРОТИВ ПИРАТСТВА. После Второй мировой войны стало очевидно, что доктрина «О свободе на морях», принятая в XVII веке, более недействительна. Так, когда в 1945 году Гарри Трумэн расширил юрисдикцию США на все природные ресурсы континентального шельфа, другие страны не преминули последовать этому примеру.

Впоследствии территориальные воды были ограничены 12 милями, в рамках которых прибрежное государство вправе осуществлять свое законодательство. Некоторые права стало возможно осуществлять в пределах 24 миль. А в пределах 200 миль стало возможно вести добычу природных ресурсов.

Что же касается борьбы с пиратством, то было установлено, что в морских водах, не находящихся под юрисдикцией какого-либо государства, каждое судно, принадлежащее данному государству, вправе захватить пиратское судно... арестовать лиц на его борту и захватить все имущество. Суд государства, осуществившего захват, вправе решить вопрос о наказании данных лиц и о действии в отношении судна. Все это подтверждало традиционный юридический статус пиратов как *hostes humani generis*.

Важно и то, что создавалось право «преследования по горячим следам». Оно разрешалась в случаях, когда государство считало, что судно нарушило его законы. Если судно-нарушитель уходило за отметку 24 мили или в открытое море, то преследование разрешалось. Однако камнем преткновения стало то, что если судно входило в территориальные воды своего или третьего государства, то преследование его уже не разрешалось.

Ряд мер был принят и в связи с терактами в США 11 сентября 2001 г. Были введены дополнительные жесткие меры по борьбе с морским терроризмом. Согласно изменениям в кодексе, если возникал риск морского терроризма, то судам предоставлялись права по борьбе с ним. Вероятно, самым положительным фактором в борьбе против пиратства стала недавняя резолюция ООН, дающая иностранным морским судам право преследования по горячим следам в территориальных водах Сомали, лишая сомалийских пиратов безопасного убежища. Резолюция была принята единогласно после того, как правительство Сомали признало свою полную несостоятельность в сколь-либо эффективной борьбе с пиратством в своей стране.

Ввиду недостаточности вышеприведенных мер и нежелания некоторых государств допускать иностранные суда для патрулирования в своих водах возникло множество частных охранных фирм (ЧОФ). Они предлагают оценку возможных рисков, подготовку и обучение (экипажей, портовой администрации, правоохранительных агентств), услуги по безопасности, вооруженное сопровождение, и обслуживание в случае кризисных ситуаций. Однако, весьма часто деятельность ЧОФ входит в противоречие с рядом законодательств и является сомнительной с юридической точки зрения. Более того, эта деятельность не является долгосрочным решением вопроса. Она может привести лишь к тому, что пираты просто будут лучше вооружаться и применять более жесткие виды насилия в целях противодействия ЧОФ.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Волна пиратства все нарастает, и единственно, кто получает от этого выгоду это – ЧОФ и сами пираты. Неудивительно, что стоимость страхования резко возросла. Риск судовождения, особенно в водах Сомали, взмыл резко вверх. По оценке компании Ллойд в 2010 году, пиратские нападения стали приравняться скорее к военным действиям, чем к обычному риску на море. Это означает, что судовладельцы обязаны извещать своих страховщиков всякий раз, когда они намереваются войти в опасные территориальные воды (таких стран, как Индонезия, Сомали и Нигерия). Более того, судовладельцы обязаны принимать более дорогостоящие меры по предотвращению похищений и требований выкупа.

Такие последствия непосредственно влияют на модели бизнеса судовладельцев, фрахтователей, страховых компаний и, в конечном счете, производителей и потребителей – каждый из которых является важным элементом в сложном механизме международного бизнеса. Таким образом, расходы на перевозки неизбежно возрастают, а это означает, что их возмещение ложится на плечи потребителя. Любопытно отметить, что в момент написания этой статьи стоимость грузоперевозок являлась рекордно низкой. В результате мирового экономического спада сократился недавно еще высокий спрос на потребительские товары – спрос, который лежал в основе всей индустрии грузоперевозок.

Это малоприятная весть для этой индустрии и таких регионов, как Сингапур, для которого торговля и туризм – основной источник доходов и рабочих мест. Если учесть, что 90% всех произведенных товаров в течение своего срока службы хотя бы один раз перевозятся по морю, то это давление (более низкий спрос и доходы на фоне возросших страховых затрат и рисков) тяжело сказывается на данных отраслях.

Любая попытка покончить с пиратством должна проводиться в мировом масштабе, согласно плану и с невиданным доселе уровнем сотрудничества. Да, ценой этого станет угроза морскому суверенитету того или иного государства. Учитывая нынешний напряженный политический климат, вряд ли такая попытка увенчается успехом. В результате пираты просто будут вытеснены из одного морского региона в другой, где борьба с ними окажется не столь эффективной. В конечном счете, решение проблемы лежит, как и во многих сферах жизни, не столько в лечении, сколько в профилактике. Чтобы добиться этого, первое, что должно сделать мировое сообщество, – это четко определить, что же именно представляет собой пиратство. Из множества причин, вызывающих его, необходимо будет сосредоточиться на главных.

В заключение повторим, что предпринимательство и законодательство тесно переплетены и взаимосвязаны друг с другом: там, где отсутствует один из этих элементов, ущерб, соответственно, наносится другому. Это проявляется и в индустрии туризма и грузоперевозок: морское пиратство по-прежнему не поддается воздействию законодательных и государственных органов, в результате чего морской бизнес, лишенный юридической защиты, продолжает переживать взлеты и падения, равно как и подвергаться прочим превратностям судьбы.

Библиографический список:

1. Eklöf S. *Pirates in paradise: a modern history of Southeast Asia's maritime marauders* / Stefan Eklöf. – Copenhagen: Studies in contemporary Asian History, NIAS Press, 2006.
2. Hympehdahl K. *Pirates Aboard: 40 Cases of Piracy Today and What Bluewater Cruisers Can do About It* / Klaus Hympehdahl. - New York: Sheridan House, 2006.
3. Abhyankar J. 'Piracy, Armed Robbery and Terrorism at Sea' in GG Ong-Webb (ed), *Piracy, Maritime Terrorism and Securing the Malacca Straits* / Jayant Abhyankar. – Singapore: Series on Maritime Issues and Piracy in Asia, IIAS/ISEAS, 2006.
4. Кондратьев В. Корпоративный сектор и государство в стратегии глобальной конкурентоспособности // *Мировая экономика и международные отношения*. – 2009. – № 3.
5. Социальная справедливость и экономическая эффективность: опыт, проблемы, теория. Материалы научной конференции / под ред. М.И. Воейкова. - М.: ЛЕНАНД, 2007.

6. The Global Competitiveness Report 2007-2008 // World Economic Forum. Genève. - 2007. – № 4.
7. Интернет-ресурс: www.forbes.ru
8. Интернет-ресурс: www.expert.ru

ВЛИЯНИЕ ЭТНОСТЕРЕОТИПОВ НА МЕЖКУЛЬТУРНУЮ КОММУНИКАЦИЮ

*Кочнова К.А., к.ф.н., доцент,
Терентьева Д., студентка гр. БТ 23-11
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Современные контакты между представителями различных культур, возникающие как в пределах одного, так и разных государств несут в себе множество проблем и редко обходятся без непонимания или конфликтов в межкультурной коммуникации. В каждом случае это проявляется в некотором отчуждении, неприятии, или даже страхе перед представителями других культур. Все эти реакции непосредственно связаны со стереотипами, которые во многом и определяют характер протекания межкультурных контактов. Знание этностереотипов, которые проявляют себя в межкультурных коммуникациях, важно для специалистов в области туризма.

Этностереотипы¹ можно выделить при анализе прецедентных текстов, анекдотов, где находит отражение национально-культурная специфика определенной лингвокультурной среды, где сопоставляются разные национальные типы с точки зрения характера, нрава, обычая, мировоззрения и т.д. На уровне текста анекдота закреплены нормы поведения, традиционно-мировоззренческие и социально-психологические установки и этнические представления.

Наиболее популярным источником стереотипных представлений о национальных характерах являются, так называемые международные анекдоты, анекдоты про триаду, то есть анекдоты, построенные на шаблонном сюжете: представители разных национальностей, попав в одну и ту же ситуацию, реагируют на нее по-разному, в соответствии с теми чертами их национального характера, которые приписывают им на родине анекдота.

При всем своем схематизме и обобщенности стереотипные представления о других народах и других культурах подготавливают к столкновению с чужой культурой, ослабляют удар, снижают культурный

¹ Этностереотип определяется как «схематический, стандартизированный образ или представление о социальном явлении или объекте, обычно эмоционально окрашенный и обладающий устойчивостью. Выражает привычное отношение человека к какому-либо явлению, сложившееся под влиянием социальных условий и предшествующего опыта».

шок. «Стереотипы позволяют человеку составить представление о мире в целом, выйти за рамки своего узкого социального, географического и политического мира» [2, с. 204].

Так, в русских международных анекдотах англичане обычно подчеркнута пунктуальны, немногословны, прагматичны, сдержанны, любят сигары, виски, конный спорт и т. п. Немцы практичны, дисциплинированы, организованы, помешаны на порядке и потому ограничены. Французы - легкомысленные гуляки, эпикурейцы, думающие только о женщинах, вине и гастрономических удовольствиях. Американцы - богатые, щедрые, самоуверенные, прагматичные, знамениты хорошими дорогими машинами. Русские - бесшабашные рубахи-парни, неприхотливые, алкоголики, драчуны, открытые, неотесанные, любят водку и драки. В русских международных анекдотах все они ведут себя соответственно этим стереотипам ².

Вот простейший анекдот такого рода: *как ведут себя люди разных национальностей, если они обнаружат муху в кружке пива. Немец (практичный) выбрасывает муху и пьет пиво. Француз (сентиментальный) вытаскивает муху, дует на нее, расправляет ей крылышки - и не пьет пиво. Русский (неприхотливый и любящий выпить) выпивает пиво, не заметив мухи. Американец (уверенный в своих правах) зовет официанта, устраивает скандал и требует другую кружку. Китаец (китайская кухня включает самые неожиданные блюда) вынимает муху, пьет пиво и закусывает мухой. Еврей (меркантильный) пьет пиво, а муху продает китайцу.*

Примеры анекдотов про триаду:

1. *Устроили международный конкурс: кто больше выпьет. Комментатор: - Француз Жан пьет вино. Бутылку, другую, третью.. Сломался, сломался француз Жан... Русский Ваня в буфете разминается красненьким... - Немец Ян пьет пиво... Кружку, другую... пятую, десятую... Сломался немец Ян... Русский Ваня в буфете разминается красненьким... - Русский Ваня пьет водку... из бочки... зачерпывает ковшиком... Ковшик, второй, третий... пятый... сломался! Сломался Ванин ковшик... Пока чинят ковшик, русский Ваня в буфете разминается красненьким...*

Печально сознавать, что русские позиционируют себя как нацию, наиболее сильно питающую слабость к горячительным напиткам.

2. *Поймал людоед француза, поляка и русского. Сказал людоед: «Кто меня больше всех удивит того и отпущу». И дал им по 2 железных шарика, отправил их в камеру.*

На следующий день выходит француз и показывает: один шарик на носу держит, а другой на ноге. Не удивил людоеда фокус, он его съел.

² В ранних версиях русских анекдотов-триад представители других национальностей чаще всего выглядели дураками, русский же являл собой образец ума и всяческих достоинств.

На следующий день выходит поляк и показывает: один шарик на спине, а другой на ноге. Не удивил людоеда фокус, он его съел.

На следующий день приходит русский. Людоед говорит своим друзьям: «Отпускайте русского». А они спрашивают: «Зачем». Людоед отвечает: «Он один шарик СЛОМАЛ, другой ПОТЕРЯЛ».

Здесь русский выступает как изобретательный человек, который способен на невозможные поступки.

Таким образом, мы видим, что в анекдотах русский человек всегда смекалист, находчив и оригинален, вместе с тем хладнокровен и умеет из сложной ситуации найти выход.

Чтобы стать персонажем триады, нужен очень простой и при этом распространенный стереотип: французы любвеобильны, немцы пунктуальны, американцы любят деньги и т. д. Какой-нибудь португалец, гондурасец или житель Берега Слоновой Кости в эту компанию попасть не может — у нас пока нет его устойчивого образа.

Но в анекдотах про триаду мы смеемся в первую очередь над собой. Качества иностранцев не так уж и важны, они служат, скорее, фоном. Самое главное — это мы сами. Ну, как не умилиться, когда русский в одиночной камере один чугунный шар сломал, а другой — потерял?! Разве это не национальная гордость? Умение жить и выживать, стремление во всем искать выгоду, любовь к выпивке, но в то же время находчивость, смекалка, бесстрашие, умение реально смотреть на вещи... Так неоднозначен и противоречив образ русского в современных анекдотах.

Конструкция из трех национальностей на редкость устойчива. Меняются только страны и стереотипы. И качества русского характера полнятся и расширяются. Международные анекдоты, полностью базирующиеся на стереотипных представлениях о том или ином народе, не столько отражают некие наиболее существенные и типичные черты народа, сколько формируют их и в глазах других народов, и в собственных глазах (сколько русских за границей пьют водку только для того, чтобы подтвердить ожидаемую от них стереотипную русскость).

Этнические стереотипы могут способствовать возникновению этнических симпатий и антипатий. Даже при нейтральном эффекте всякий этнический стереотип способствует распространению приблизительных, неточных характеристик, что влияет на межкультурные коммуникации.

Библиографический список:

1. Красных, В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: курс лекций / В.В. Красных. — М.: Гнозис, 2008. — 284 с.
2. Тер-Минасова, С.Г. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова. - М.: Слово, 2000. — 624 с.
3. Шмелев, А.Д. Русская языковая модель мира: материалы к словарю / А.Д. Шмелев. - М.: Языки славянской культуры, 2002. — 224 с.

НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИСТОРИКО-АРХИТЕКТУРНЫЙ МУЗЕЙ-ЗАПОВЕДНИК КАК ОБЪЕКТ КУЛЬТУРНО - ИСТОРИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

*Маркина Т.В., заместитель директора по развитию
Нижегородского государственного историко-архивного музея-заповедника, г. Нижний Новгород*

Нижний Новгород один из старейших и красивейших городов России. Город с богатой историей, традициями, знаменитыми земляками - по праву достоин быть одним из лидеров культурно-исторического туризма в России.

В последнее время наметился увеличивающийся интерес общества к своей истории и прошлому в целом. Об этом свидетельствуют и мода на историзм, в частности создание многочисленных клубов исторической реконструкции, и растущее количество любителей путешествий, и, в связи с этим, увеличивающийся поток посетителей музеев, так как именно музеи являются хранителями истории и культурных ценностей человечества, созданных им на протяжении веков и тысячелетий.

Значительную, если не ведущую роль в удовлетворении интереса публики к истории и культуре Нижегородского края может сыграть Нижегородский государственный историко-архитектурный музей-заповедник - старейший музей Нижегородской области. Он ведет свою летопись с 1896г., когда впервые открыл двери широкой публике в Дмитриевской башне кремля. В центральном двухцветном зале были расположены произведения изобразительного искусства, вверху на хорах – коллекция исторических ценностей. О важности и значении события говорит тот факт, что вскоре после открытия, музей посетил император Николай II, находясь с визитом в Нижнем Новгороде.

Современный НГИАМЗ – самое крупное музейное объединение области с единым централизованным музейным собранием, насчитывающим почти половину Государственного музейного фонда Нижегородской области (свыше 320 тыс. единиц хранения). За более чем столетнюю историю музеем накоплены коллекции археологических, нумизматических, письменных, естественно-исторических памятников, предметов народного и декоративно-прикладного искусства. Среди них выдающиеся памятники русской и западно-европейской культуры из частных дворянских и купеческих коллекций Абамелик-Лазаревых, Шереметевых, Бурмистровых, из собрания нижегородского фотографа А.О. Карелина, нижегородцев-коллекционеров и любителей старины.

В наши дни исторически сложившийся комплекс Музея – это восемь музеев – филиалов, составляющих единую, оригинальную коллекцию историко-архитектурных памятников XVI – XIX в.в., расположенных в центральной части Нижнего Новгорода, городов Арзамаса и Городца.

В условиях конкуренции с современной индустрией развлечений музеем приходится решать сложный круг задач, чтобы занять достойное место на рынке культурных и туристических услуг. Важно, сохраняя индивидуальность и продолжая лучшие традиции прошлого, сделать музей значимым и востребованным для современного человека. В этой связи, музей все чаще прибегает к диалогу и активным формам взаимодействия с посетителем, а посетитель из созерцателя и слушателя превращается в свидетеля и участника событий. Ежегодно в Музее проходят десятки выставок, тысячи экскурсий, костюмированные программы, мероприятия общественной значимости, детские образовательные программы, творческие мероприятия, презентации и многое другое. О популярности музея говорят следующие цифры: в 2012 г. музей посетили 305 501 человек, было обслужено 6833 экскурсионных группы, проведено 1079 программ для публики (68 511 человек).

Дифференцированный подход к работе с посетителем позволяет нам расширить музейную аудиторию и сделать посещение музея интересным для разных категорий граждан, в зависимости от их увлечений, возраста, профессиональной принадлежности. В настоящее время взрослое (экономически активное население) составляет 48% от общего количества посетителей музея, школьники и дети дошкольного возраста - 32%, студенты - 11%, пенсионеры - 8%, иностранные граждане - менее 1%.

Что же мы можем сегодня предложить нашим гостям ?

Главное здание НГИАМЗ - Усадьба Рукавишниковых – объект культурного наследия регионального значения, пример хорошо сохранившегося городского купеческого усадебного комплекса последней четверти XIX в. Дом – дворец в стиле итальянского палаццо, построенный в 1877 г. по заказу нижегородского купца-миллионера Сергея Михайловича Рукавишникова, стал самым богатым и заметным в Нижнем Новгороде.

С 1924 г. в усадьбе получил постоянную прописку краеведческий музей, ныне Нижегородский государственный историко-архитектурный музей-заповедник. В течение 16 лет (с 1994 г.) двери парадного подъезда рукавишниковского палаццо были закрыты. В 2010 году реставрационные работы в красивейшем здании Верхне-Волжской набережной были завершены. Главный дом усадьбы в наши дни стал таким же, каким он был ярко и самобытно представлен в романе И. Рукавишникова «Проклятый род». Музей в значительной степени раскрывает тему жизни и быта нижегородского купечества - сословия, которое в значительной степени формировало экономическую и культурную жизнь Нижнего Новгорода второй половины XIX – начала XX веков. В настоящее время объектом показа являются архитектурные особенности здания и эстетические достоинства его интерьеров, исторические выставки и уникальные коллекции культурных памятников из фондов музея-заповедника.

Важным событием минувшего года стало открытие выставки «Особая кладовая», где экспонируются предметы так называемого «спехранения». Это серебряные и золотые изделия, в большинстве своем ранее никогда не экспонировавшиеся. Они изготовлены в разное время (начиная с VII века по XX столетие) и в разных стилях, в разных странах и городах, имеют разное назначение и разные судьбы... Среди памятников есть выполненные на заказ уникалы. «Особая кладовая» приоткрывает и интригующую тему нижегородских кладов.

В музее «Усадьба Рукавишниковых» реализуется большая культурная программа для публики. Важное место в ней занимают интерактивные костюмированные программы для школьников: «В купеческом доме», «Ученье-свет, или один день из жизни гимназиста», «Гроза 12-го года».

Помимо образовательных программ, музей может предложить юным посетителям праздничные мероприятия и утренники: «День рождения в музее», «На балу у Золушки (театрализованная программа для детей и подростков 10-15 лет), Праздник по окончанию начальной или неполной средней школы. Ежегодно с 25 декабря по 10 января Музей организует новогодние программы для детей с участием профессиональных артистов. В их основу положены семейные традиции празднования Рождества и Нового года в России, а также народные сказки, зимние игры и конкурсы.

В Усадьбе Рукавишниковых реализуется проект «Выходной день в музее», он включает проведение концертных программ, танцевальных вечеров, творческих встреч. На них выступают лучшие коллективы города - симфонический оркестр «Солисты Нижнего Новгорода», Нижегородский русский народный оркестр, признанные певцы, артисты, музыканты, в том числе из-за рубежа. По субботам и воскресеньям в большом зале для посетителей музея звучит живая классическая музыка.

Уже традицией стало проведение танцевальных вечеров и мастер-классов в стиле 19 века - «Средь шумного бала». Такие вечера проходят 1-2 раза в месяц и становятся все более популярными среди нижегородцев и гостей города.

В целях укрепления института семьи разработана программа «День свадьбы в музее». В основе ее лежит реконструкция городской свадьбы конца 19-начала 20 века, а также лучшие современные свадебные традиции. Проводятся мероприятия «Ночь музея», «День фонтана», дни открытых дверей. Музей выступает в качестве организатора мероприятий общественной значимости. У нас накоплен положительный опыт по организации и проведению конференций, круглых столов и презентаций на самом высоком уровне.

Самое посещаемое и любимое место нижегородцев и гостей города – **Нижегородский кремль**, памятник военно-инженерного искусства начала XVI в. всемирного значения. На его территории расположен один из филиалов НГИАМЗ. История нижегородского кремля неразрывно связана с выдающимся событием начала 17 века - формированием народного

ополчения по призыву нижегородского земского старосты К.Минина и освобождением Москвы от иностранных интервентов. Благодаря гражданскому подвигу нашего земляка была не только восстановлена независимость государства, но определен дальнейший путь развития России. С 2005г. во вновь отреставрированной Ивановской башне развернута экспозиция «Подвиг народного единства», представляющая собой реконструкцию событий Смутного времени и путь освобождения.

Выставка «Несокрушимый щит России» в Дмитриевской башне рассказывает об истории древней крепости и Нижнего Новгорода на протяжении XIII – XX вв.

Важнейшим и долгожданным событием 2012 года было восстановление Зачатьевской башни и подгорного участка кремля, и создание условий для их посещения.

Большой список тематических экскурсий позволяет совершить пешеходные экскурсии по территории кремля или кремлевской стене (от Дмитриевской до Ивановской башни), по улицам и памятным местам старого города. В выходные дни туристам предлагается программа «Традиции нижегородских оружейников» с участием клубов исторической реконструкции. К услугам детей и взрослых костюмированные экскурсионные и исторические программы:

«Сказ про диво кремлевское» (1-5кл.)

«За кольцом могучих стен»(1-6кл.)

«Тайна каменного великана»(3-7кл.)

«В гостях у древнего кремля»(1-6кл.)

«Дорога к свободе – путь ополчения»(1-8 кл.)

«Легенды и были нижегородского кремля» (костюмированная экскурсия по территории кремля с посещением Ивановской башни).

« О чем поведал древний кремль»

«Подвиг великого гражданина» (комплексная экскурсия, посвященная К. Минину) и другие.

Нижегородская земля славится своими уникальными народными, художественными промыслами. Бесценное богатство, созданное руками и согретое теплотой души нижегородских мастеров известно во всем мире: золотая хохлома, разноцветье полхов – майданской и жизнелюбие городецкой росписи, «кружевная» казаковская филигрань, восхищающие инженерной мыслью и художественным исполнением павловские замки и ножи. **В Музее истории художественных промыслов Нижегородской области** представлено более 5 тысяч произведений народного искусства и художественных промыслов XVII-XXI веков. Поражают красотой и искусством исполнения деревянная резьба, народная одежда, ручное ткачество, вышивка, кружевоплетение...

В музее, помимо экскурсий, можно посетить традиционные праздники, кукольные спектакли, мастер-классы по работе с глиной, валянию валенка и др. В 2012 г. проект «Мы строим дом» вошел в число победителей Международного грантового конкурса «Православная

инициатива – 2012» и получил финансовую поддержку в размере 150 000 рублей. В музее осуществляется работа с детьми, имеющими проблемы со здоровьем в рамках проекта «С тобой мы вместе в этом мире» (автор и руководитель проекта М.Ю. Пугачева).

Тема народных традиций, деревянного зодчества находит отражение в **Музее архитектуры и быта народов Нижегородского Поволжья**. Избы с красивой глухой резьбой, привезенные с родины золотой Хохломы, старинная церковь 17 века, добротные амбары, овины, ступальный колодец, загадочные мельницы, а также вкусная родниковая вода, журчание ручья, шум леса и ароматы цветов и трав создадут чудесное настроение. Музей может предложить интерактивные игровые программы для детей и взрослых, цикл фольклорных праздников «Круглый год». Здесь активно развиваются партнерские проекты – Фестивали исторической реконструкции «Приволжский штандарт» и «Щит и меч», Фестивали мастеров ДПИ «Братина», «Во славу земли русской».

Выставочный зал «Покровка, 8» расположен на центральной улице Нижнего Новгорода – Большой Покровской, в старинном особняке - памятнике архитектуры 19 в.

Совсем недавно здесь временно разместился Музей нижегородской интеллигенции. Экспозиция имеет целью познакомить с отдельными аспектами жизни нижегородской интеллигенции рубежа веков. Она дает представление о том, что включает в себя понятие «нижегородская интеллигенция», с какими общественными учреждениями, бытовыми условиями она связана, как участвовала в жизни города.

В пристрое здания восстановлена штемпельно-граверная и скоропечатная мастерская, принадлежавшая М.И. Свердлову – отцу будущего революционера и первого президента Советской Республики – Якова Михайловича Свердлова.

Помимо постоянно действующих выставок и экспозиций, Выставочный зал представляет наиболее интересные коллекции из фондов Нижегородского музея-заповедника, а также партнерские декоративно-прикладные, художественные, исторические, естественнонаучные выставки.

При выставочном зале открыт детский музейный центр «Королевство кривых зеркал», где можно провести увлекательную экскурсию и детский праздник.

Конечно, формат статьи не позволяет рассказать подробно обо всем, что происходит в музее. Помимо основных экскурсионных услуг и культурных программ в музее организуется много дополнительных услуг: продажа сувениров, печатной продукции, проведение фотосессий, в Усадьбе Рукавишниковых работает буфет.

Музей постоянно находится в развитии и открыт для партнерства, новых идей и проектов. Приглашаем всех посетить наш музей, надеемся,

что встреча с ним станет полезным, приятным и запоминающимся событием.

ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА В ГОСУДАРСТВЕННОМ РЕГУЛИРОВАНИИ И ПОДДЕРЖКИ ТУРИЗМА В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

*Салова Д.В., аспирант
ФГБОУ ВПО «СГУ» в г.Сочи, Россия*

Кластерный подход входит в моду во многих регионах Российской Федерации, Нижегородская область не стала исключением. В настоящее время формирование туристских кластеров способствует созданию современного конкурентоспособного туристского комплекса, поэтому, развивать туризм необходимо, основываясь на кластерном подходе, как современной парадигме конкурентоспособности.

Основоположником кластерной теории стал американский экономист, профессор Гарвардской школы бизнеса Майкл Портер. Он определил кластер как «группу географически соседствующих, взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга. Географические масштабы кластера могут варьироваться от одного города или штата до страны или даже ряда соседствующих стран» [1].

Большинство ученых сходятся в том, что кластер представляет собой систему, которая характеризуется рядом признаков, варьирующихся по своим размерам, широте охвата и уровню развития. Кластер не просто объединение фирм для совместной деятельности. Фирмы не только кооперируются внутри кластера, но и продолжают конкурировать друг с другом избирательно в отдельных областях, что является движущей силой постоянных продуктовых и технологических обновлений, направленных на рост производительности всех факторов производства, и обеспечивает быстрое распространение новшеств. Кластеры влияют на конкурентную борьбу тремя способами: во-первых, посредством повышения производительности входящих в них фирм и отраслей; во-вторых, посредством повышения способности к инновациям и таким образом, к повышению производительности; в-третьих, посредством стимулирования новых бизнесов, поддерживающих инновации и расширяющих границы кластера.

Кластерные инициативы отличаются ориентацией на активное вовлечение представителей общественного и частного секторов и способствуют доверию и сотрудничеству, как представителей общественного сектора, так и представителей бизнеса. Кластерный подход перенаправляет русло диалога компаний и государственных органов с

позиции, основанной на конфронтации и недостижимых требованиях, на позиции сотрудничества и совместных действий для повышения конкурентоспособности.

Кластерные объединения определяют проблемы участников кластеров, развитие основного направления движения и плана действий, которые позволят кластеру стать более конкурентоспособным. В этой связи, все элементы в рамках кластера работают в сотрудничестве для достижения целей.

Кластерный подход направлен на создание конкурентной бизнес-среды и формирование кластерных инициативных групп для стимулирования сотрудничества между компаниями и поддерживающими организациями для повышения производительности и максимизации рыночных возможностей.

Кластеры являются открытыми системами, которые стимулируют конкуренцию. Их целью не является фиксация цен или ограничение конкуренции. Взаимный обмен информацией, совместные научные исследования или экспортное продвижение направлены на развитие конкурентоспособности фирм без ограничения конкуренции.

Кластерный подход позволит сосредоточить предприятия, занимающиеся разработкой и продвижением туристского продукта и смежных видов услуг на локальной территории, что открывает широкие возможности для ее развития. Важная задача кластерного подхода для Нижегородской области связать воедино всю территорию со всеми ее слабыми и сильными сторонами, чтобы создавать туристские маршруты под любые запросы без каких-либо проблем и издержек со стороны бизнеса. Важной частью кластера будет сфера образовательных услуг с ее инновационными предложениями для туристской отрасли и персоналом, знающим все нюансы работы в туризме.

Главное продумывать идеологию и модель развития туристского кластера, а также развитие государственно-частного партнерства, создание особых экономических зон туристического и рекреационного типа, разработку налогового инструмента для поддержки предприятий туристско-рекреационной отрасли, особенно социального туризма, развитие инфраструктуры играет, конечно же, наиболее значимую роль.

Применение кластерного подхода в сочетании с методами оценки состояния природных и антропогенных составляющих в их взаимодействии позволит определить основные направления более эффективного социально-экономического развития региона. Используя кластерный подход с применениями инноваций, Нижегородская область сможет конкурировать с другими туристскими территориями на глобальном уровне. Именно кластеры делают конкурентоспособность более мощной, а конкуренцию - действенной.

Библиографический список:

1. Мирославский И. С. Регулирование развития сферы туризма в России

на основе кластерного подхода: автореф... дис... на соиск. уч. степ. канд. экон. наук. – СПб., 2012.

2. Котов А. И. Государственное регулирование и поддержка инновационного предпринимательства на основе кластерного подхода: дис... на соиск. уч. степ. канд. экон. наук. - СПб., – 2010.

3. Системный взгляд на туризм: Бизнес клуб - Деловой журнал Нижнего Новгорода [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.bk52.ru/db/delo/sistemnyiy_vzglyad_na_turizm

ПОНИМАНИЕ РОЛИ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Тихомиров Г.А., к.воен.н, профессор,

Малышев С.В.

Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н.Новгород

Продукт туризма обладает специфическими свойствами и особенностями, тонкости которых невозможно изучить лишь теоретически. Студенческое движение в этой области лишь подтвердило это предположение. Первый опыт поездки в летние каникулы в южные города вскрыл многочисленные проблемы, особенно коммуникационного характера - некоторые барьеры.

Коммуникация – это процесс взаимодействия людей посредством информации с участием тех человеческих ресурсов (ценности, интересы, мотивы), которые определяют восприятие информации, это способ общения, передачи и приема информации от одного субъекта другому [1]. Если это процесс, то его можно разбить на какие-то последовательные этапы.

На первом этапе указанного процесса посредством электронных возможностей работодателем посылается заманчивое сообщение с информацией о вакансии. Чаще всего в этой информации нет достаточных сведений, что накладывает отпечаток недопонимания, который, однако, не всегда бывает сдерживающим фактором.

Второй этап - собеседование, где происходит знакомство между кандидатом и работодателем. Происходит формирование потребностей. Определяются условия работы, происходит согласование договора. Здесь складывается представление кандидата о работе и работодателя о кандидате. Оба субъекта в данном этапе участвуют в процессе межличностной коммуникации. Это целенаправленная и очень важная стадия, поскольку какое-либо искажение или предоставление недостоверной информации может повлечь ошибки в работе.

На следующей стадии отобранная информация кодируется, т.е. облекается в ту форму, которая будет доступна и понятна получателю, и, соответственно подбирается подходящий способ ее передачи: устный или письменный. Такое кодирования превращает идею в сообщение. Выбор

средства сообщения не должен ограничиваться единственным каналом. Процесс усложняется, но одновременное использование средств обмена устной и письменной информацией обычно эффективнее, чем, скажем, только устной.

Получение информации заключается не только в фиксации послания, но в значительной степени - в раскодировании его в понятное и приемлемое значение, т.е. восприятие (что получил?), интерпретацию (как понял?) и оценку (что и как принял?).

Получить информацию еще не означает ее понять. Отправитель информации всегда ждет, чтобы получатель каким-то образом на нее отреагировал и донес до него эту реакцию, иными словами, установил бы обратную связь. Она дает возможность отправителю узнать, дошло ли послание до адресата и в каком значении. Однако, как оказалось, значение работодателя интересует меньше.

Третий этап в коммуникации работодателя и кандидата - это работа. Для обеих сторон это важный этап построения взаимопонимания и рабочих отношений. Поскольку работодатель заинтересован в хорошей и качественной работе сотрудника, а сотрудник в хорошей заработной плате и условиях труда. На этом этапе происходит очень активный обмен информацией между ними, зачастую все происходит непоследовательно и хаотично. Это выражено спецификой работы в туризме, поскольку здесь очень активная и быстроменяющаяся среда. Зачастую из-за этих особенностей новый работник не может овладеть достоверной информацией и о самой работе, и об окружающей среде, а где ее взять в понятном и полном объеме он не знает. Во-первых, слишком много усилий требуется для обучения работника в туризме, во-вторых, часто новый работник не понимает еще рабочего языка. Отсюда возникают трудности у студента, который только начинает работать в сфере туризма.

Мало, кто готов тратить дополнительные средства и время на обучение нового сотрудника, особенно студента, поскольку дело это очень дорогое, к тому же не факт, что сотрудник останется работать в фирме. Вновь прибывшему работнику бывает недостаточно той информации, которую ему предоставляет начальник, а объяснить необходимость нужной для него информации не представляется возможным из-за барьеров коммуникативной среды. Это вызвано адаптационными и психологическими проблемами «новобранца», поскольку он не обладает необходимыми навыками работы с клиентурой и опытом в данной среде.

Подводя итоги, можно сказать, что в каждой конкретной ситуации необходим индивидуальный подход, невозможно решить проблемы коммуникации между студентом и будущим работодателем опосредовано, т.е. воздействуя на какую-либо одну из сторон забывая, про другую. Работодатель должен обращать внимание на проблемы, возникающие со стороны работника и предпринимать действия для их решения. Необходимо понятно и доходчиво объяснить работнику, какие проблемы он может помочь решить, а какие работнику придется решать самому.

Зачастую, проблемы у новых работников возникают одни и те же, поэтому их общую тенденцию можно понять и найти пути их решения. Хотелось бы, чтобы хотя бы на первом этапе связующим звеном выступал деканат.

Библиографический список:

1. Тихомиров Г.А. Менеджмент продаж: учебное пособие / Г.А.Тихомиров, Н.С. Волостнов; АНО ВПО ЦС РФ «РУК». – М.: 2012. – 304 с.

ТУРИЗМ СМОТРОВЫХ ПЛОЩАДОК В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

*Троцкий Р.В., к.ф.-м.н., доцент
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Понятие смотровой площадки обычно подразумевает место на возвышенности (естественной или искусственной), откуда открывается красивый пейзаж.

Дальше начинаются расхождения: в нашей стране почему-то традиционно принято, что таким пейзажем должна быть городская панорама (обзор города или привлекательный вид его части). Так, если запросить «смотровые площадки» в интернете, он выложит обзор по смотровым площадкам городов России, прежде всего Москвы.

На западе смотровыми площадками считаются чаще природные пейзажи. Хорошо известен ряд смотровых площадок вдоль Большого каньона (штат Аризона), а также в других национальных парках США. Зачастую, посетителям приходится проезжать не один десяток километров по горному серпантину, заканчивающемуся такой смотровой площадкой.

Жителям бывшего СССР широко известны замечательные пейзажи Крыма (Золотые ворота, Карадаг, Голубой залив с Царским пляжем, и т.д.), некоторые виды Курильских островов, хотя и не оформленные выделенными смотровыми площадками, но в принципе доступные для туристов и тиражируемые на подарочных открытках.

В Нижнем Новгороде по интернет-источникам насчитывается не менее 10 смотровых площадок, расположенных в основном вдоль берегов Оки и Волги. Но за городом, по высокому берегу Волги, в других местах области, можно найти десятки, если не сотни, разнообразных мест, протяженных или почти точечных, которые по открывающимся с них видам, можно смело назвать смотровыми площадками! Вот некоторые примеры:

- Панорама с гребня откоса (горы) у дальнего от Н. Новгорода края села Афонино с угловым обзором около 270°. Отсюда видна излучина Волги до Кстово, высокие берега у села Великий Враг (см. ниже), просторы левобережья, деревни вокруг подножья горы; слева (увы!) обезображенные очистными сооружениями Артёмовские луга, вдали

справа трубы Кстовского нефтехима, брошенная Атомная станция теплоснабжения, торговые новостройки вокруг Федяково.

- Бывший парк санатория «Зименки», расположенный между одноимённой деревней и селом Великий Враг, примыкающим к городу Кстово снизу по течению Волги. Здесь открывается удивительный вид на подмываемый поворачивающей рекой высокий обрыв, на котором можно послышно увидеть его геологическую структуру.
- Высокий берег Волги над селом Безводное (с церковью) у подножья откоса, с видом на заливные луга левобережья - в пяти километрах от предыдущей смотровой площадки вниз по течению Волги.
- Площадка на высоком берегу Волги, на территории пансионата санаторного типа «Татинец» - в 60 км от Нижнего Новгорода. Потрясающий вид на заволжские просторы, волжские острова, заливные луга с озёрами и заводами особенно впечатляет в конце апреля – начале мая во время разлива.
- Площадки над озером Кусторка в Павловском районе области (левобережье Оки), недалеко от рабочего посёлка Тумботино. С высоты, местами сравнимой с высотой волжского откоса на площади Минина в Н. Новгороде, открывается пейзаж вытянутого в виде подковы озера, окрестных деревень, вдалеке видны правобережные холмы вдоль Оки вблизи города Павлово. Наиболее высоко расположенная площадка из известных нам, находится на территории базы отдыха «Кусторка».

Такие площадки могут стать новыми объектами внутреннего туризма. Прежде всего, они могут быть ориентированы на автотуризм выходных дней жителей Н. Новгорода и близлежащих городов. Площадки, лежащие вблизи крупных автодорог (в примерах выше – первая – в 50 м., предпоследняя – в 1 км. от Казанской трассы) – и на проезжающих по ним.

Для начала реализации этой идеи надо создать специализированный раздел туристического портала/сайта, на котором будут размещаться фотографии с таких смотровых площадок и краткие описания того, как до них добраться. В качестве гидов можно подобрать подходящих жителей близлежащих деревень/территорий домов отдыха и вывесить в этом разделе их контактные (сотовые) телефоны. Развитие экономики таких площадок должно быть основано на самоокупаемости, возможно при небольших муниципальных вложениях на этапе, когда станет ясно, что конкретная площадка посещается.

Если эти площадки связаны с санаториями или базами отдыха, администрации этих учреждений будут заинтересованы в такой рекламе. Мы посмотрели сайты некоторых из них и нигде(?!!) не увидели фотографий видов с этих площадок. В дальнейшем возможно включение посещения таких площадок в пролегающие в непосредственной близости туристические маршруты. Развитием идеи могут быть площадки, базирующиеся на территориях, связанных (гипотетически?) и с

некоторыми историческими событиями (Батыева тропа в Семёновском районе; предполагаемое место битвы на реке Пьяне в 1377 г.).

Библиографический список:

1. Интернет-ресурс: www.m24.ru/articles/11831 viewing-ground.livejournal.com/158552.html

ВЛИЯНИЕ КУПЕЧЕСТВА НА НИЖЕГОРОДСКУЮ АРХИТЕКТУРУ

*Шустова Ю.В., к.и.н., доцент
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Данная работа ставит своей целью осветить формирования новой городской среды конца XIX начала XX века. Именно в этот период наиболее ярко воплощаются разнообразные архитектурные стили, отраженные в застройке городов. Актуальность работы состоит в изучении влияния российского предпринимательства на архитектурную традицию провинциального города. На примере нижегородского купечества мы определим его роль как хранителя русских традиций в сфере духовности и культуры, так и новатора в архитектуре Нижнего Новгорода. Данные исследования помогут лучше понять самобытность и уникальность наследия нашего края и перспективы его дальнейшего развития как туристического потенциала.

Третье сословие в России явило пример небывалого филантропизма. Русский купец хотел сам жить хорошо и пользу другим приносить. Православная вера осуждает использование собственности в целях накопления, наживы. Русский предприниматель внутренне объединял хозяйственную деятельность и религиозные убеждения. Исходя из византийского христианского наследия, мировоззрение русского человека воплощало идеи добра, нестяжательства, справедливости и правды. Иначе, говоря, словами И.Златоуста, собственность это не благо и не зло, а нечто среднее в зависимости от людских намерений. Большинство российского купечества было из народа. Они могли быть представителями русской православной церкви или старообрядчества, но вне зависимости от этого, их объединяла общая мораль гуманизма, человеколюбия. Русские купцы, в том числе нижегородские, много средств тратили на благотворительность: учебные заведения, больницы, богадельни, приюты, музеи и храмы.

Нижегородское купечество было представлено в большинстве своем старообрядчеством. Блиновы, Бугровы, Сироткины, Черновы, Рукавишниковы, Башкировы и многие другие способствовали изменению архитектурного облика Нижнего Новгорода, и, соответственно, подъему национальной культуры. Особенное внимание уделялось строительству храмов.

Более восприимчивым к новым архитектурным направлениям оказались старообрядцы. Не жалея денег, они приглашали столичных именитых архитекторов. В Нижнем Новгороде сложилось удивительное переплетение архитектурных стилей барокко, классицизма, эклектики и модерна.

Эклектика включает две разновидности: академическая (варианты классического стиля) и антиакадемическая (романтическое направление в виде готики, «русский» стиль и «кирпичный» стиль).

В традициях русского неоклассицизма, под влиянием эклектики был выстроен особняк городского головы Д.В. Сироткина (Верхневолжская наб., 7). Миллионер - паромщик заказал проект дома братьям Весниным. Купец предполагал разместить в особняке музей, поэтому для парадности интерьера архитекторы использовали классические приемы и стилистическое единство: ясность пространственных членений, мягкость цветов, тонкость лаконичного декора, целесообразность форм. В аналогичном стиле выстроен дом О. Каменской, жены нижегородского паромщика М. Каменского (Верхневолжская наб., 11). Проект московского зодчего Б. Коршунова отличается строгостью и изяществом архитектурных форм. Украшает здание четырехколонный портик ионического ордера с фронтоном.

В Нижнем Новгороде неоклассицизм, также как и модерн появились позднее, чем в столичных городах. Модерн отличает выраженная структурность сооружения, его внутренняя целостность, переосмысление старых форм. Просвещенное купечество готово было экспериментировать. В Нижнем купцы старообрядцы «продвигали» этот стиль в общественных зданиях социального назначения: пристрой к Мариинской женской и Нижегородской мужской гимназиям, Дом трудолюбия, Народный дом и клуб инженеров и служащих Сормовского завода. Автор последнего сооружения архитектор П. Малиновский воплощал архитектуру рационального модерна для промышленного Сормово.

Один из крупнейших столичных архитекторов Ф. Шехтель проектировал дома «модерн» для самых богатых купцов города. Трехэтажное здание банка Рукавишниковых (ул. Рождественская, 23) украшено белой глазурованной плиткой. На фасаде дома находятся скульптуры, символизирующие промышленность и сельское хозяйство (скульптор С. Коненков). Почти рядом для тех же купцов Ф. Шехтель построил банк, применив элементы неоготики (Нижневолжская наб., 11). Пластичностью форм модерна отличаются павильоны канцелярии и амбулатории речников на Нижневолжской набережной (архитектор Н.Вешняков). Характерно, что нижегородские судостроители профинансировали строительство лаборатории, чтобы избежать эпидемии, которую могли принести сезонные судостроительные рабочие.

Архитектура общественных зданий относилась к рациональному модерну. Для себя купечество предпочитало более престижный декоративный стиль. Одним из самых роскошных домов в стиле барокко

является дом купца С.В. Рукавишника (Верхневолжская наб., 9). Спроектировал дом известный московский архитектор П.С. Бойцов, а аллегорические фигуры выполнил М. Микешин. Скульптор был уже известен своими шедеврами: памятники Екатерины II в С.Петербурге и Тысячелетию России в Великом Новгороде.

К концу XIX в. окончательно сформировалось рационалистическое направление, представленное т.н. «кирпичным» стилем. Купцы и предприниматели сооружали в этом стиле производственные и торговые здания, надворные постройки. Примером служит торговый дом «Скоба» (ул. Рождественская, 17) архитектора Н. Ужумедского-Грицевича или завод Добровых-Набголец (архитектор Н. Григорьев). К концу XIX в. «кирпичный» стиль «украсился» приемами эклектики. Именно такой проект одобрил Н. Бугров для своего дома на Нижневолжской набережной (архитектор Н. Фрелих). Менее состоятельные купцы строили недорогие кирпичные дома, но требовали украшать их традиционными классическими или иными модными формами. Ряд домов на ул. Горького (№ 24), Б. Покровская (№12), Варварская (№32, 34) стилизованы колоннами, наличниками, пилястрами, карнизами.

Отдельно следует отметить «социальное» строительство Н. Бугрова. Купец из старообрядцев, хлебопромышленник, финансист, меценат и благотворитель был крупнейшим домовладельцем старого Нижнего Новгорода. Много времени и средств уделял социальным нуждам. Построил «Вдовый дом» (пл. Лядова), ночлежку (ул. Рождественская, 3), здание Волжско-Камского банка (ул. Рождественская, 27). С Бугровым связывают здание Городской думы (ул. Б.Покровская, 1) в стиле поздней эклектики (архитектор В. Цейдлер). Поражали интерьеры залов. В них использовались элементы царского павильона с Всероссийской выставки 1896 г.: панели из ценных пород дерева, мебель, плафоны; отделкой руководил известный архитектор Н.М. Вешняков.

Особый размах строительство приобрело в связи с открытием в 1896г. Всероссийской промышленной выставки в Н.Новгороде. Проекты павильонов были поручены крупнейшим архитекторам того времени В.Цейдлеру, А. Померанцеву, В. Барановскому, Л. Бенуа, В. Щухову, В.Шервуду. Выставка приукрасила город: «шатром» Дмитриевской башни, городским театром, зданием Городской Думы, парками, фуникулером, другими постройками.

Не забывали торговые люди о храмах. В конце XIX — начале XX веков в храмовой архитектуре России был распространён «псевдовизантийский стиль», являющийся повторением зодчества древней Византии.

Невозможно описать все архитектурное наследие, оставленное нам нижегородским купечеством. Именно они сформировали неповторимую архитектурную среду, отличающую наш город среди других русских городов, внесли в него свое самобытное начало, свои вкусы и пристрастия. Купечество было оплотом сохранения национального духа России. По

общественным зданиям, постройкам социального, жилого характера, храмам мы можем проследить вклад различных архитектурных стилей в формирование городского ландшафта.

Библиографический список:

1. Аничев, Б. Частное предпринимательство в дореволюционной России. – М.: ИНФО, 2010.
2. Сергеева, В. Особенности русского предпринимательства // Труд и социальные отношения. – 2009. - №6.

2.ЭКОНОМИКА, МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА, ГОСТЕПРИИМСТВА

ТУРИЗМ КАК ОТРАСЛЬ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

*Овчаров А.О., д.э.н., профессор
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Традиционный подход рассматривает туризм как культурологический феномен, как явление, которое связано с активным и пассивным отдыхом, яркими и незабываемыми впечатлениями и развлечениями. Благодаря туризму можно найти новых друзей, получить полезную и интересную информацию, а, при необходимости, и туристское образование. Вместе с тем туризм – это отрасль экономики со своими особенностями, тенденциями и закономерностями. Сегодня окончательно произошел отказ от одностороннего понимания туризма как вторичного, т.е. подчиненного материальному производству, сектора экономики, имеющего только социальную направленность. В современных условиях такая трактовка не может дать адекватную оценку экономической роли туризма. Становится совершенно очевидным, что туристский сектор экономики – это сложный межотраслевой и многофункциональный комплекс, способный приносить большие доходы государству и бизнесу и требующий от них активного вмешательства. Этот комплекс стимулирует развитие самых разных сопутствующих туризму отраслей и сфер экономической деятельности, выступает в качестве катализатора и мультипликатора экономического роста.

В данной статье мы остановимся только на одном аспекте данной проблемы – на понимании туризма как рынка.

Туристский рынок является частью рынка услуг, который, в свою очередь, является частью рынка товаров и услуг. При этом туристский рынок имеет свои особенности, главными из которых являются:

1. Туристский рынок – это рынок туристских услуг, характеризующихся комплексностью их оказания. Комплексность понимается как специфическое свойство туристской деятельности, которое обусловлено оказанием не одной, а целого набора услуг. В составе этого набора основная услуга оказывается в наборе с дополнительными или сопутствующими услугами.

2. На туристском рынке при реализации туристского продукта имеется разрыв во времени между фактом оплаты (покупки) туристского продукта и фактом его потребления. Турист, заранее приобретая тур, авансирует работу туристских предприятий через туроператора и турагента, т.е. платит не лично производителю услуги, а посреднику, который предоставляет право на ее получение.

3. Для туристского рынка характерны значительные сезонные колебания спроса и предложения. Фактор сезонности присутствует на всех типах рынков, но для туристского рынка он имеет первостепенное значение, исходя из самой сущности туризма: определенные виды туризма в принципе могут существовать только в конкретный сезон (например, пляжный отдых в Турции может быть только летом и частично зимой и весной, но никак не зимой).

4. На туристском рынке совершение актов купли-продажи туристского продукта не приводит к смене собственности на объекты купли-продажи. Передачи собственности от поставщика к потребителю туристской услуги не происходит, поэтому взаимоотношения участников туристского рынка строятся на принципах относительного права. В отличие от абсолютного вещного права, дающего собственнику полную свободу распоряжения товаром (владение, распространение, дарение, уничтожение и т.д.), относительное право регулирует взаимные права и обязанности сторон. Эти нормы прописываются в соответствующих договорах, регулируемых гражданским законодательством.

5. На туристском рынке большую роль играет сервисная деятельность, эффективность которой зависит от конкретных исполнителей, т.е. от обслуживающего персонала (гидов, экскурсоводов, портье, горничных и многих других) – работников сервисных профессий. Поэтому вопросы менеджмента в туризме, мотивации качественного труда, эффективного управления трудовыми ресурсами являются первостепенными для участников туристского рынка.

Очевидно, что функционирование туристского рынка основано на взаимодействии спроса и предложения, на определении рыночного равновесия. При этом установление рыночного равновесия между спросом и предложением представляет собой довольно сложный процесс. Это связано с большим числом ограничений, существующих на любых видах рынков: монополизация торговли товарами и услугами, государственные рестрикции в виде жесткого администрирования, недостаток информации о ценах. В условиях глобализации мировой экономики макроэкономические условия хозяйственной деятельности меняются очень быстро, ломая сложившуюся конфигурацию рынков и вынуждая их двигаться к новому равновесию.

На туристском рынке равновесное состояние определить еще труднее. К общим проблемам, характерным для любых секторов экономики, добавляются *три специфические проблемы*. Первая связана с ограниченностью и неравномерностью туристско-рекреационных ресурсов, а также пространственной и временной расчлененностью туристских процессов. Временная расчлененность обусловлена характером жизнедеятельности человека, который субъективно выбирает лишь определенные периоды времени, наиболее благоприятные и эффективные для туризма. Пространственная расчлененность связана с наличием разрыва между местом формирования туристских потребностей

(туристского спроса) и местом отдыха. На туристском рынке совокупный спрос неодинаков для разных временных интервалов, причем этот спрос формируется при участии как внутренних, так и иностранных туристов. Поскольку туристы прибывают в туристскую зону из разных регионов, предложение трудно привязать к какому-то одному из этих регионов (одному спросу), так же как и спрос сложно соотнести с какой-то одной туристской зоной или туристским продуктом (предложением), что еще больше усложняет ситуацию.

Вторая трудность определения рыночного равновесия связана с различиями в восприятии туризма производителями (поставщиками) и потребителями туристских услуг. Для потребителя туризм – это комплексная услуга, покупаемая им для удовлетворения своей потребности. Он не разделяет ее на составные элементы, что позволяет говорить о единой величине спроса. Для непосредственного производителя услуг (не туроператора или агента) туризм – это конкретная услуга (перевозка, размещение, питание и т.д.), по которой он формирует свое предложение. Поэтому не совсем корректно приравнивать совокупную величину спроса со стороны потребителя к индивидуальному предложению со стороны производителя.

Выходом из этой ситуации считается разложение совокупного спроса на элементы, определив его величину для каждого вида туристских услуг. Другой вариант – это объединение индивидуальных видов предложения в совокупное предложение и рассмотрение в качестве субъекта рынка не прямого производителя туристской услуги, а организаторов туризма (туроператоров или агентов), работающих с комплексом услуг. В представлении туроператоров и агентов, также как и потребителей, туризм отождествляется с единым и неделимым туристским продуктом.

Третья проблема в определении рыночного равновесия связана с взаимодействием туризма с различными секторами экономики. Туризм может относиться к разным территориальным экономическим системам, например, в случае с внутренними и международными туристскими потоками. Нарушение рыночного равновесия на одном из сопряженных с туризмом секторов вызывает сдвиги и в туристской отрасли.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГРУППОВОМ ТУРИЗМЕ НА ПРИМЕРЕ США

NEW AND OLD METHODS IN GROUP TOURISM IN THE USA

*Aguilar A., консьерж,
Международная туристическая компания, Орландо, США*

In the world of new technology and internet the role of tourist agencies have changed but they are still playing an important role in organized tourism. Here is to be described how old and new methods may be used to set up group travel from Russia to USA.

В наш век новых технологий, когда можно заказать полный пакет путешествия – перелет, отель, прокат машины, билеты в театр, буквально – одним кликом, роль туристических агентств круто изменилась. Если раньше это был единственный способ заказать путевку, то теперь теоретически, это можно сделать самостоятельно. Но туры агентства не исчезли, а значит все не так просто, как кажется.

Путешествие по принципу «сделай сам» предполагает долгую подготовку – выбор отеля из множества предложенных, чтение отзывов, выбор и бронирование достопримечательностей и т.п. У многих просто нет времени, также иногда мешает языковой барьер, т.к. информация на веб-сайте отеля, чаще всего бывает на языке страны и/или на английском.

Но, несмотря на все эти нововведения, у современного туриста все, же осталась возможность прийти в туристическое агентство и заказать полный тур, практически в любое место.

Если мы рассмотрим посещение страны Соединенные Штаты Америки (США), как одно из популярных направлений, то увидим, что в этом случае без помощи турагентства не обойтись. Конечно, задачу упрощает наличие семьи и друзей, живущих в США, которые могут оказать помощь с размещением и организацией досуга, но визу нужно получать, в любом случае, и эта процедура требует особого внимания.

Туристы многих стран предпочитают путешествовать в США группами, посещая сразу несколько городов на востоке (Нью-Йорк, Вашингтон, Ниагарский водопад), на западе (Лас-Вегас, Лос-Анджелес) и на Юге (Майами, Орlando). Таким образом, оправдывается долгий перелет, получение визы и, конечно, сглаживается разница во времени.

Группу обычно сопровождает Гид, говорящий свободно на английском и родном для туристов языке, что делает путешествие проще в плане коммуникации. Конечно, многие из группы могут владеть английским языком, но для тех, кто не знает языка, это не будет преградой к открытию новой страны.

Группа движется по заранее разработанному маршруту, где все экскурсии, развлечения и питание уже включены. Все что остается делать путешественникам – отдыхать и наслаждаться. Не нужно переживать о том, получил ли отель он-лайн бронирование, покупать в последний момент билеты на круиз к статуе Свободы, пытаться найти дорогу, если потерялись и так далее.

За всей большой организацией тура стоит работа 2-х компаний-партнеров: компании в «стране-отправителе» и в «стране-получателе».

Допустим, турфирма в России объявляет регистрацию на тур «Вся Америка» на своем сайте, при этом используя другие информационные каналы, – интернет, реклама в печатных изданиях и другие. Это расширяет

круг возможностей и помогает привлечь заинтересованных лиц из разных городов. Но ничто не заменит старую привычку – желание прийти в компанию и поговорить с агентом туристической компании.

Задача турагентства в России – реклама тура, бронирование туристов, помощь в оформлении визы (заполнение анкет, сбор пакета документов и отправка его в посольство), оформление перелета Россия-США-Россия и, конечно, своевременное предоставление нужной информации компании-партнеру в США.

Компания в США бронирует номера в отелях посещаемых городов, заказывает туристический автобус для наземных переездов (например Нью-Йорк – Вашингтон) и авиабилеты для дальних перемещений (Нью-Йорк- Лас-Вегас), бронирует рестораны для обедов и ужинов и производит поддержку группы на всем пути следования. Гид предоставляется одной из компаний.

Таким образом, Интернет делает подобное сотрудничество возможным и очень продуктивным. Возможность быть на связи, обмениваться электронными письмами помогает координировать процесс с обеих сторон.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА ОТ ПЕРЕРАБОТКИ ТБО

Богатырев А. В., д.э.н.

ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный университет

им. Н. И. Лобачевского»,

Мухамбеков М. М., д.э.н.,

Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева

г. Астана (Республика Казахстан)

Экономический эффект от производства продукции, изготавливаемой из отходов или с их применением, определяется как разность прироста прибыли (снижения себестоимости) и приведенных капитальных вложений на все мероприятия по сбору, заготовке, обработке и переработке отходов.

Методика оценки эффективности основана на определении экономического эффекта на единицу продукции, изготавливаемой из отходов или с их применением, в сопоставлении с продукцией из первичного сырья с последующим пересчетом экономического эффекта на единицу отходов.

В качестве сопоставимой можно считать такую продукцию, изготовленную из отходов, потребительские свойства которой аналогичны потребительским свойствам продукции из первичного сырья.

Выбор вариантов переработки отходов в конкретный вид продукции должен осуществляться по минимуму затрат на ее производство.

Оценка экономического эффекта от переработки отходов в конкретный вид продукции осуществляется на основе последовательного определения и суммирования:

- экономического эффекта, возникающего у предприятий — изготовителей продукции из отходов за счет более низких суммарных производственных затрат на заготовку, подготовку к производственному потреблению и переработку отходов в продукцию по сравнению с суммарными производственными затратами на добычу (заготовку, производство) природного сырья, подготовку его к производственному потреблению и переработку в аналогичный (технически сопоставимый) вид продукции по всем стадиям в сопряженных отраслях;

- экономического эффекта, возникающего у предприятий — потребителей продукции из отходов за счет сокращения текущих затрат и капитальных вложений по сравнению с затратами при использовании аналогичной продукции из первичного сырья;

- экономического эффекта, получаемого на уровне кластера, за счет предотвращения или сокращения отрицательного воздействия отходов на окружающую среду.

Таким образом, переработка отходов рассматривается одновременно как часть мероприятий, направленных на предотвращение или уменьшение загрязнения окружающей среды.

Для вовлечения отходов в промышленную переработку в составе капитальных вложений необходимо учитывать следующие затраты:

- на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы по созданию новых технологий и техники по переработке различных видов отходов;

- на приобретение и пополнение оборотных фондов, доставку, монтаж, демонтаж, техническую подготовку, наладку оборудования и освоение технологий по переработке отходов;

- на технические мероприятия и оборудование, предотвращающие отрицательное воздействие производства продукции из отходов на природную среду.

Расчет капитальных вложений, а также эксплуатационных затрат осуществляется по всем стадиям использования отходов: их сбору в источниках образования, заготовке специализированными организациями и переработке предприятиями — изготовителями продукции из отходов.

При определении экономического эффекта от использования отходов базой сравнения служат нормативные или фактические затраты, а в случае их отсутствия — затраты конкретных предприятий на добычу (заготовку, производство) природного (исходного) сырья, его

подготовку к производственному потреблению и переработку в продукцию, производство которой планируется или осуществляется с применением отходов. В случае когда в добывающих отраслях имеются утвержденные замыкающие затраты па добычу (заготовку, производство) природных видов сырья, определение затрат по базовому варианту осуществляется с их использованием.

Решение о целесообразности использования отходов принимается на основе экономического эффекта, определяемого на годовой объем продукции из отходов. За расчетный год принимается первый год после окончания планируемого (нормативного) срока освоения производства продукции из отходов. Как правило, это второй или третий календарный год серийного выпуска данной продукции или использования новой технологии ее производства.

При расчетах годового экономического эффекта от производства продукции из отходов фактор времени учитывается в тех случаях, когда капитальные вложения осуществляются в течение ряда лет, а также при существенных изменениях текущих издержек по годам производства.

Библиографический список:

1. Безрукова Т. Л. Разработка организационно-экономического механизма рационального природопользования в контексте кластеризации лесного сектора / Т. Л. Безрукова, М. В. Драпалюк, И. В. Черкезия // Лесотехнический журнал. - 2011. - № 3. - С. 124-131.
2. Бобович Б.Б. Переработка отходов производства и потребл / Б. Б. Бобович, В. В. Девяткин. – [Б. м.]: «Интермет инжиниринг», 2000. - 496 с.
3. Богатырев А. В. Применение элементов технико экономического анализа при оценке эффективности внедрения малоотходных производств / А. В. Богатырев, Ю. И. Ефимычев // Экономический анализ. Теория и практика. - 2009. - №26 (155). - С8 – 13.

АРОМАТИЗАЦИЯ ГОСТИНИЧНЫХ ПОМЕЩЕНИЙ КАК ВАЖНЫЙ ЭЛЕМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

*Демидова Т.В., к.филол.н., ст.преподаватель
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Известно, что запахи стимулируют активность, угнетают, помогают бороться с депрессией, пробуждают воспоминания, рождают ассоциации, формируют восприятие реальности. Возможность влиять на привлечение и удержание клиентов с помощью запахов была замечена и маркетологами, в результате чего возникло новое направление маркетинга, называемое аромаркетингом.

Аромаркетинг – это целенаправленная ароматизация воздуха для стимулирования продаж и положительного влияния на клиента.

Существуют запахи, которые помогают снять страх и раздраженность, снизить стресс. Они находят применение в стоматологических клиниках и медицинских центрах. Однако речь не всегда идет о том, чтобы ароматизировать помещение в смысле придания ему определенного приятного запаха. Некоторые искусственные ароматизаторы, не имеющие собственного запаха, так называемые вещества «антизапах» воздействуют на отдельные рецепторы человека, отвечающие за восприятие определенных субстанций, «блокируя» его. В результате чего, человек не воспринимает определенные запахи, например, запах сигаретного дыма или запах кухни. Это решение активно применяется предприятиями гостиничного бизнеса.

Аромамаркетинг - инновационный в гостиничном бизнесе способ привлечения новых клиентов и повышения лояльности гостей с помощью распространения в отелях специальных ароматов.

Давно известен ряд технологий ароматизации, например, аэрозольная ароматизация. Существует также восковая ароматизация – аромавоск нагревается, и с помощью вентилятора распространяется запах. Но в этом случае невозможно справиться с высокой концентрацией запаха в эпицентре, велика вероятность аллергических реакций. Ароматизация с помощью аромамасел также неэффективна, потому что позволяет использовать очень маленький спектр ароматов. В ней также используется нагревание или капельное распространение, что увеличивает содержание вредных примесей. При распространении в помещении получается высокая концентрация запаха в эпицентре, а также большой расход ароматического вещества.

На сегодняшний день, самая эффективная технология распространения аромата – технология преобразования ароматической жидкости в нано-частицы, которые равномерно наполняют все помещение. Это нано-ароматизация. При использовании нано-технологии ароматические частицы получаются настолько маленькими, что, для того чтобы опуститься на полметра, частице требуется около 14 часов. Общемировая практика применения технологии нано-ароматизации чрезвычайно обширна. Эту технологию используют такие бренды как Mercedes, Apple, Samsung, Hilton, Rolls Royce. Технология нано-ароматизации появилась на Западе в 2006 году, а в Россию пришла в 2009 году. Это позволило получить прирост продаж на 30%.

Сегодня огромное количество компаний по всему миру используют технологии аромамаркетинга, среди них - Marriott, Travel Charme Hotels, Holiday Inn, Arverna Kongress Hotel, Hotel Dreiklang, и др. В России ароматизация пока еще мало распространена, хотя взять, к примеру, гостиницу "Измайлово", корпус Вега. Он построен давно, и в нём очень остро стояла проблема неприятного запаха затхлости. С помощью нано-ароматизации в короткие сроки были устранены все неприятные запахи. Теперь гостиница, благодаря тонкому аромату, производит гораздо более высокое впечатление.

При ароматизации объектов нужно учитывать, что обонятельный орган человека ощущает аромат первые 10-15 минут, затем, находясь в ароматизированном помещении, он к нему привыкает. Поэтому необходимо ориентироваться на первые впечатления. При выборе аромата следует знать о предпочтениях целевой аудитории, учитывать сезон и специфику конкретного помещения. В зоне ресепшен уместно использовать ароматы дорогих пород дерева, цветов, а также благородных напитков: бурбона, виски, амаретто. Холлы отелей рекомендуется заполнить легкими, неконфликтными ароматами цитрусовых или зеленого яблока. В номерах можно использовать приборы, которые одновременно ионизируют и ароматизируют воздух. Там желательно не применять экзотические ароматы специй, а остановиться на классических запахах – апельсина, грейпфрута, лимона, мяты, пихты, розмарина или чайного дерева.

Стоит упомянуть еще об одном виде аромамаркетинга – аромадизайне, то есть о включении определенного аромата в корпоративный стиль. Каждая гостиничная сеть может пахнуть своим, фирменным запахом: это может быть уже готовый аромат (как Holiday Inn выбрал когда-то болгарскую розу) или специально созданная композиция.

Библиографический список:

1. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: учеб. пособие. – М.: Академия, 2005. - С.206-212.
2. Электронный ресурс: <http://aromamarketing.ru/wp-content/uploads/2012/04/KakovOn.pdf>.

ОЦЕНКА ФАКТОРОВ РИСКА ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

*Кочкурова Е.А. к.э.н., доцент
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Стабильное экономическое положение гостиничных предприятий, в значительной степени, зависит от того, насколько полно в его деятельности учитываются специфические факторы риска. Это определяет актуальность задачи управления рисками предпринимательской деятельности на основе выявления факторов риска, построения профиля риска, позволяющего качественно оценить уровень экономической безопасности гостиничного предприятия, характер и тенденции изменения ситуаций риска, принимать рациональные решения и планировать адекватные антирисковые мероприятия.

Методы выявления факторов риска базируются на разнообразных способах получения информации об анализируемых объектах. К основным методам получения исходной информации следует отнести:

- стандартный опросный лист;
- рассмотрение и анализ первичных документов управленческой и финансовой отчетности;
- анализ данных ежеквартальных и годовых финансовых отчетов;
- составление и анализ диаграммы организационной структуры гостиницы;
- составление и анализ карт технологических процессов в производстве гостиничного продукта;
- инспекционные посещения служб, бригад, смен и подразделений гостиницы;
- консультации специалистов в области организации сервиса;
- экспертизу документации специализированными консалтинговыми фирмами, научными лабораторными исследованиями и разработками.

Для выявления актуального перечня факторов риска гостиничного предприятия на начальных стадиях принятия решения необходимо:

- а) сформировать экспертную группу для анализа и оценки хозяйственного риска из наиболее квалифицированных менеджеров гостиницы или пригласить экспертов со стороны;
- б) экспертам предложить базовый глобальный список факторов риска, характерных для данного гостиничного предприятия;
- в) каждый из экспертов должен выбирать из базового глобального списка те факторы хозяйственного риска, которые, по его мнению, необходимо учитывать при формировании профиля риска данной гостиницы в данной хозяйственной ситуации;
- г) на основе мнения экспертов аналитической группе необходимо составить исходный вариант профиля риска гостиницы.

Профиль риска является динамической характеристикой уровня экономической безопасности гостиницы, динамическим представлением «рискогенного» облика гостиницы в виде ранжированного перечня факторов риска, взятых в совокупности с оценками возможности их проявления и размеров возможного ущерба.

Со временем по мере принятия хозяйственных решений и изменения внешних условий функционирования гостиницы и конъюнктуры сектора рынка, в котором она функционирует, меняется и профиль риска. При регулярном анализе можно сравнивать профили, построенные в последовательные моменты времени, и судить о характере и тенденциях изменения ситуаций риска для данной гостиницы, а также планировать на этой основе адекватные антирисковые мероприятия.

Смысл построения профиля риска состоит в том, чтобы выявить все факторы риска, присущие работе гостиницы в данный период, и распределить их по степени влияния на экономическую безопасность предприятия.

Для этого определяют перечень возможных для гостиницы факторов риска. Каждому из них экспертным путем присваивается весовой коэффициент (сумма весов обычно принимается равной единице). Затем

для каждого фактора определяется (также экспертным путем) степень возможности его появления. Перемножив по каждому фактору риска оба показателя веса и вероятности появления, получим показатель риска для каждого фактора. После этого строится зависимость «показатель риска-фактор риска».

Показатель риска R_i для каждого фактора определялся по формуле [1]:

$$R_i = w_i \cdot \lambda_i$$

где w_i — весовой коэффициент фактора риска; λ_i — степень возможного проявления риска.

Для получения интегральной оценки уровня хозяйственного риска гостиниц может потребоваться дополнительная информация и более мощные и тонкие средства ее обработки. Например, можно привлечь к рассмотрению информацию о предыдущих результатах анализа риска. Такие оценки и динамика изменения дают ценный исходный материал для разработки антирисковых мероприятий. Для повышения эффективности работы по управлению рисками рассмотрим метод протоколов риска.

Суть метода протоколов риска состоит в регистрации и архивировании в специальных протоколах хозяйственного риска гостиничного предприятия результатов аналитической работы. В информации, фиксируемой в протоколе хозяйственного риска, содержатся:

- дата проведения анализа риска;
- глобальный перечень факторов риска, предъявленный экспертам;
- релевантный перечень факторов хозяйственного риска, составленный на основе обработки индивидуальных оценок экспертов;
- профили риска, полученные в результате проведения экспертных процедур и обработки экспертной информации;
- индивидуальные мнения экспертов (отличные от общего или усредненного);
- методы обработки, использованные при обработке экспертной информации;
- предложения по совершенствованию процедуры экспертного оценивания;
- заключение по интегральной оценке экономической безопасности гостиничного предприятия [1].

Протоколы риска представляют собой информативный источник для оценки риска и тенденций его изменения, поэтому желательно сохранять их и относить к категории строго конфиденциальных. Желательно в гостиничном предприятии унифицировать форму регистрации информации в протоколах риска, что существенно облегчит их формализованную обработку и использование при последующих актах анализа риска.

Данный метод позволяет создать систему регулярных процедур выявления и идентификации факторов хозяйственного риска гостиничного предприятия, сузить поле проявления непредвиденных и не учтенных факторов хозяйственного риска, упорядочить работу экспертов и разработать соответствующие антирисковые мероприятия.

Программа антирисковых мероприятий гостиничного предприятия должна быть представлена как минимум в виде трех документов:

- стратегии экономической безопасности предприятия,
- плана оперативного реагирования на превышение допустимого (приемлемого) уровня риска;
- перечня релевантных факторов хозяйственного риска [2].

Активное оперативное антирисковое вмешательство должно осуществляться при обнаружении отклонения от экономически безопасного состояния или при превышении уровнем риска приемлемого значения (или при выявлении опасной тенденции, начала непредвиденной рискованной ситуации), а также при подготовке очередного хозяйственного решения и необходимости оценить его «рискованность».

Библиографический список:

1. Альгин А.П. Риск в предпринимательстве: пособие для менеджеров. - СПб.: 2010.– 96 с.
2. Балашова Е. А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса. М.: ООО «Вершина», 2011. - 176 с.

ВОПРОСЫ СУЩНОСТНОГО СОДЕРЖАНИЯ СОВРЕМЕННОГО СЕРВИС-МЕНЕДЖМЕНТА

*Крапивин В. А. к.э.н., доцент
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Интенсивное развитие рынков услуг³, усиление конкурентной борьбы за клиентов придают качественно новый смысл социально-экономическим процессам, требуют их ориентации не только на общественные запросы, но и на индивидуальные потребности человека. И если в сфере материального производства конкурентные преимущества все еще могут быть построены на инновационных технологиях, эффекте масштаба и доступе к дешевым ресурсам, то в сфере услуг конкуренция строится главным образом на качественном сервисе.

Как показывает практика, в совокупном объеме деятельности, которую выполняют многие производители товаров и услуг, сервис стал занимать достаточно большую долю. Эта особенность достаточно явно видна на примере деятельности тысяч компаний по всему миру. Сервис

³ В развитых странах производство услуг уже достигло 75% ВВП.

постепенно проникает и в производственную сферу. Так, например, производители производственного оборудования теперь поставляют оборудование, устанавливают его, обучают персонал заказчика и осуществляют сервисное обслуживание. Для производителей автомобилей теперь стало нормой предоставлять услуги по сервисному обслуживанию и гарантийному ремонту. Поставщики товаров народного потребления оказывают услуги своим ритейлерам по организации сбыта, рекламе и маркетингу. И таких примеров становится все больше и больше. Подобные процессы в развитых странах стали активно развиваться с середины 80-х годов, тогда и появились термины: «сервисная экономика» и «сервис-менеджмент».

В сервисной экономике предприятия, прежде всего стремятся повысить эффект полезности путем более полного удовлетворения потребностей клиента; полезность определяется характером использования и уровнем совершенства так называемого сервисного продукта – самостоятельной услуги или системы, объединяющей материальный продукт и соответствующие услуги.

Истинными родителями сервис-менеджмента были передовые компании, лидеры капитализма, сумевшие своим примером доказывать, что и в период стагнации экономики, кризисов перепроизводства можно добиваться выдающихся успехов.

Сегодня существует множество определений сервис-менеджмента. Приведем некоторые из них:

1. Сервис-менеджмент – это регулярная система обеспечения качественного обслуживания покупателей и клиентов фирмы. Система сервис-менеджмента включает все основные компоненты классического менеджмента – постановка целей и задач, разработка стратегии, планирование ресурсов и действий по достижению целей, контроль достижения промежуточных целей и обратная связь, корректировка и ревизия, постановка целей более высокого уровня и т.д.

2. Сервис-менеджмент представляет собой философию управления, согласно которой оно должно быть принципиально ориентировано, во-первых, на максимально возможное удовлетворение потребностей конкретного клиента путем предоставления ему сервисного продукта, обладающего определенным эффектом полезности, т.е. качеством, оцениваемым потребителем; во-вторых, на создание в организации возможности и условий для производства такого продукта; в-третьих, на увязывание целей и интересов (выгоды) всех вовлеченных в процесс оказания услуги сторон (организации, клиентов, других групп интересов).

3. Сервисный менеджмент – это тотальный организационный подход, который делает качество сервиса, воспринимаемое клиентом, главной движущей силой бизнес-деятельности.

Содержание сервис-менеджмента как организационной функции заключается в выработке и принятии решений в соответствии с указанной принципиальной установкой; обеспечении внутрифирменной координации

действий; управлении качеством как системным фактором; управлении поведением клиента и факторами влияния на рынок; развитии персонала, который становится основным инструментом стратегии ориентации на потребителя и ключевой предпосылкой успеха.

Сервис-менеджмент предоставляет целый ряд инструментов, которые позволяют определить сервисную стратегию, выделить основные факторы восприятия качества сервиса, построить сервисные процессы, формирующие позитивный клиентский опыт, обеспечить мотивацию сервисного персонала, сформировать клиент-ориентированную корпоративную культуру и многое другое.

Внедрение сервис-менеджмента в компании позволяет добиться следующих результатов:

- Повышение уровня удовлетворенности клиентов.
- Повышение уровня лояльности клиентов.
- Приобретение конкурентных преимуществ на рынке.
- Укрепление имиджа (бренда) компании.
- Повышение уровня продаж.
- Повышение удовлетворенности персонала.

В основе эффективной системы сервис-менеджмента находятся:

1. *Стандарты обслуживания.* Каждое направление бизнеса имеет свой набор критериев качественного обслуживания – формализованные и негласные стандарты отрасли. Стандарты обслуживания являются фундаментом, на котором строится комплексная система обучения и контроля.

2. *Центр ответственности.* Это один или несколько сотрудников предприятия, которые обладают полномочиями для принятия решений и внедрения изменений, могут контролировать выполнение всех процессов в рамках внедрения системы сервис-менеджмента и отвечать за эффективность внедрения системы.

3. *Программа контроля качества обслуживания.* Даже самые совершенные стандарты и обученный персонал будут неэффективны без программы контроля выполнения стандартов и предоставления обратной связи персоналу. Контроль как одна из основных функций менеджмента должен быть системным и объективным.

4. *Обучение персонала.* Система обучения персонала должна быть комплексной, т. е. уделять внимание не только обучению персонала стандартам обслуживания клиентов, но и обучению техническим знаниям о товаре/услуге, правилам торговли, работы на предприятии.

5. *Система мотивации персонала.* Когда разработаны стандарты сервиса, обучен персонал и проводится регулярный контроль, именно система мотивации становится двигателем изменений и цементирует результат.

6. *Корпоративная культура и внутренний PR.* Корпоративная культура качественного обслуживания – это вершина системы сервис-

менеджмента. Идеей качественного обслуживания пропитываются все процессы предприятия. Такая компания имеет имидж предприятия, лучшего по сервису в отрасли, получая выгоды в виде лояльных клиентов. PR-мероприятия по сервис-менеджменту должны быть направлены на создание системы коммуникаций с персоналом. Формы коммуникаций – сайт, корпоративная газета, тематические собрания, конференции и многое другое. Задачи PR решаются и в ходе публичного поощрения лучшей практики обслуживания.

В системе сервис-менеджмента высокое качество обслуживания клиентов обеспечивается за счет приверженности мелочам и превышения ожиданий клиента. Для компании в процессе обслуживания клиента мелочей не бывает – любая неприятная для клиента деталь может испортить его впечатление от компании, даже если во всем остальном обслуживание было на высшем уровне. Поэтому без внимания не должен остаться ни один нюанс в процессе обслуживания. Если же при этом компания сумела превзойти ожидания клиента – он получит мощный позитивный заряд, который с большой долей вероятности сделает его лояльным и постоянным клиентом.

Последний феномен, получивший первоначально в англоязычной, а затем и мировой научной литературе по сервисному бизнесу название кастомизация (от англ. customer – потребитель), означает особый, индивидуализированный подход к удовлетворению потребностей отдельного клиента и считается идеалом взаимодействия по линии «поставщик услуг – клиент». Он не только привлекателен по этическим соображениям, но и экономически выгоден, поскольку обеспечивает конкурентное преимущество благодаря созданию более высокой стоимости (ценности) для клиента. Данная концепция, получившая научное развитие у ряда исследователей под названием «сервисная фабрика», распространяется помимо сектора услуг на любую бизнес-деятельность, а применение соответствующих принципов и приемов работы рассматривается как обусловленная конкуренцией необходимость.

В этой связи производство услуг, призванное по своей сути обслуживать клиента, удовлетворяя его насущные личные или корпоративные потребности, становится доминантой для менеджмента современных организаций, его концепций, методов и приемов и определяет конкурентные стратегии, основанные на навыках и умениях предоставлять высококачественный сервис. Экономика, институты которой готовы реализовать такие подходы, становится в подлинном смысле сервисной.

Научно-методологическое осмысление проблем сервисного менеджмента приобретает все большую актуальность и для российской экономики. Сегодня в России бурно развиваются бизнес-услуги (в этой сфере уже создается более 60% ВВП), многие промышленные предприятия активно используют сервисные технологии для продвижения своих

товаров на рынок и достижения превосходства над конкурентами, повышается спрос на соответствующих специалистов.

Библиографический список:

1. Чернышев Б. Менеджмент в сервисной экономике: сущность и содержание // Проблемы теории и практики управления. - 2004. - № 1.
2. Bell D. The Coming of Post-Industrial Society: A Venture of Social Forecasting. – New York: Basic Books, 1973.
3. Иноземцев В.Л. За пределами экономического общества. Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире. – М.: Academia, 1998. – С. 104.
4. Chase R.B., Garvin D.A. The Service Factory//Harvard Business Review. – 1989. – N 49 (67). – Pp. 61 – 69.
5. Normann R. Service Management. – Malmo: Liber, 1982.
6. Albrecht K. At America's Service. – Homewood: Dow Jones-Irvin, 1988. – P. 20.

БИЗНЕС – ТУРИЗМ В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

*Кулагин Е.П., д.т.н., профессор,
Швецова И. А., соискатель
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Ориентация на бизнес-туризм характерна в последние годы для гостиниц многих российских регионов. В отличие от других видов поездок деловой туризм круглогодично обеспечивает им загрузку и повышает конкурентоспособность,

В последние годы преобладающую долю в структуре размещившихся в нижегородских гостиницах занимают туристы, посетившие регион с деловыми и профессиональными целями.

Бизнес-туризм — один из основных способов решения проблемы сезонной загрузки гостиничной базы.

За три докризисных года соотношение деловых и обычных туристов в загородном комплексе «Дубки» Вознесенского района составляло 70/30. Правда, с осени 2009 г. доля деловых гостей снизилась до 50%, что это объясняется сокращением бюджетов компаний на проведение деловых мероприятий.

Гостиничный комплекс “Ока” давно сделал акцент на обслуживании деловых туристов, так как находится рядом с городской зоной деловой активности. В кризис загрузка отеля снизилась на 10—12%, но доля бизнес-туристов по-прежнему достигала 95%.

В прежние годы гостиница принимала большое количество детских экскурсионных групп, но сейчас стоимость проживания не рассчитана на этот сегмент.

Привлечением деловых туристов заинтересованы не только крупные

отели, но и малые. В миниотеле бизнес-класса «Воробей» число гостей, приезжающих в Нижний с деловыми целями, увеличилось на 20%. Обычных туристов больше в выходные дни, а в будни до 80% постояльцев можно отнести к категории деловых туристов.

С развитием кризиса, иногородние старались сократить продолжительность пребывания в гостинице, но сейчас такой тенденции уже не наблюдается. Бывает, что специалисты останавливаются в «Воробье» на месяц. Любопытно, что часть гостей, приехавших в Нижний с деловыми целями, впоследствии возвращаются в отель как обычные туристы.

Условия для делового туризма есть и в загородных отелях Нижегородской области. При выборе места размещения следует учитывать продолжительность и характер делового мероприятия. Если программа рассчитана на три дня, стоит выбрать загородную гостиницу, а однодневный семинар целесообразнее провести в городских условиях. За город уместнее выезжать в том случае, когда занятия намечено чередовать с активным отдыхом на природе.

При выборе городского или загородного отеля для деловых целей должны учитываться два фактора — формат мероприятия и средства, которые компания готова потратить на дополнительные развлечения. За городом дополнительный сервис обойдется дороже. Но в любом случае загородные отели предпочтительнее в летнее время.

Время активизации бизнес-туризма приходится на осень и весну, когда доля деловых гостей возрастает до 70%.

Ориентация гостиниц на деловой туризм означает не только увеличение объема спроса на гостиничные услуги и повышение загрузки отелей, но работает на инвестиционную привлекательность региона. Эксперты, принимавшие участие в работе форума «Российское гостеприимство» весной 2009 г., высоко оценили варианты размещения для бизнес-туризма, предлагаемые новой нижегородской гостиницей «Николь». Министерство с 2009 г. ввело в практику заключение соглашений с гостиницами на размещение участников крупных форумов, проводимых на Нижегородской ярмарке («Россия единая», «Великие реки»). Гостиница аккредитуется, и в документе фиксируется стоимость проживания. Гостиничная инфраструктура Нижнего Новгорода дает возможность проводить мероприятия межрегионального и российского масштаба, но для серьезных международных форумов она еще не готова. И номерного фонда не хватит, и сервис осуществляется не на уровне.

Деловые туристы едут работать, и им некогда думать о решении бытовых вопросов. Людям нужен максимальный комфорт, который не отвлекал бы от работы.

Почти во всех отелях оборудованы конференц-залы, есть неплохой номерной фонд, но уровень подготовки персонала не всегда соответствует международным стандартам. У сотрудников нет профессиональной

дисциплины. Поправить дело может реализация целевой программы, разработанная региональным правительством.

Программой определены и зарезервированы площадки под строительство гостиничных комплексов в Нижнем Новгороде и области. Основная задача — достичь обеспеченности гостиничными номерами в Нижнем до шести на 1000 жителей, в районах — до 3,5. Для этого в регионе планируется построить 64 гостиницы. В это число включены 34 заявки, получившие одобрение инвестсовета при губернаторе, и 30 гостиниц, предлагаемые программой. Программа предполагает строительство гостиниц разного уровня, вплоть до пятизвездочных.

Интерес инвесторов к строительству гостиниц в кризис не ослабел. Дело в том, что для инвестпроектов в сфере туризма, особенно по созданию гостиниц, предусмотрены меры господдержки, которые будут определяться в индивидуальном порядке.

Но в связи с экономическим кризисом отодвинулись на задний план проекты строительства гостиниц, торговых и развлекательных центров стоимостью от \$10 млн, в то же время интерес некрупного инвестора к гостиничному бизнесу сохранился. Имеется ряд заявок от частных инвесторов на подбор недвижимости в центре Нижнего Новгорода для организации гостиниц клубного типа на 5—15 номеров с инвестициями до \$1,5—2 млн.

Будут ли нижегородские гостиницы готовы к приему деловых туристов? Построить гостиницу нехитрое дело. Главное определить, что делать дальше, для чего построен объект.

ЗНАЧЕНИЕ ТУРИЗМА В РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

*Лохина И.Н. , к.э.н., доцент,
Спекторская Л.С., ст. преподаватель
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Туризм - важная составляющая экономики многих государств, которая обеспечивает занятость местного населения, загрузку гостиниц и отелей, ресторанов, зрелищных мероприятий, поступления иностранной валюты и т.д. Внутренняя экономическая природа туризма предусматривает, что турист непременно должен оставить свои деньги в посещаемом государстве или местности. Туризм основан на эксплуатации местных туристских ресурсов, и взамен местность или государство должны получить доход [1].

Обосновывая необходимость выделения туризма в самостоятельную отрасль, необходимо исходить из того, что объективную основу классификации отраслей любой национальной экономики составляют общественное разделение труда и степень его дифференциации.

При обосновании вопроса отнесения индустрии туризма к самостоятельной отрасли необходимо принять во внимание основные факторы формирования ее производственных особенностей, соответствие их определенным классификационным признакам, по которым организации входят в состав соответствующей отрасли национальной экономики, зависимость их от характера основной деятельности. Кроме того, целесообразно учитывать достигнутые результаты, а также перспективы их развития. Совокупность организаций, образующих отдельную отрасль, характеризуется следующими основными чертами:

- достаточным числом самостоятельных в экономическом отношении организаций с однородным видом деятельности;
- устойчивыми экономическими связями с другими отраслями национальной экономики;
- определенным органом хозяйственного управления.

Таким образом, современное состояние индустрии туризма вполне отвечает всем перечисленным характеристикам. И соответственно под отраслью туризма следует понимать совокупность самостоятельных, территориально обособленных туристских хозяйственных единиц, располагающих специализированной материально-технической базой и специализирующихся на производстве и реализации туристских услуг и товаров, объединенных единством деятельности управления.

Для современного развития экономики характерно не столько развитие обособленных отраслей, сколько функционирование различных межотраслевых комплексов. К туризму следует подходить как к крупному самостоятельному межотраслевому хозяйственному комплексу национальной экономики, поскольку сфера туризма, объединяя различные отрасли, лежит не в привычной вертикальной плоскости, а охватывает некое горизонтальное пространство, включая предприятия и организации разной отраслевой принадлежности [3].

Развитие индустрии туризма (строительство дорог, гостиничных и курортных комплексов, обустройство новых рекреационных территорий) требует больших капитальных вложений и финансируется из разных источников (государственные структуры, частные организации (отечественные и зарубежные), международные организации и т.д.).

Рост объемов производства в индустрии туризма передается другим отраслям экономики, где разворачивается инвестиционная деятельность, создаются новые рабочие места, расширяется торговый оборот и, следовательно, увеличивается прибыль. Часть полученных доходов поступает государству в виде налогов. Собранные таким образом средства могут быть направлены на дальнейшее финансирование инфраструктуры индустрии туризма, оказание материальной помощи социально незащищенным группам населения, на развитие системы подготовки персонала для сферы туристских услуг.

На сегодняшний день в Нижегородской области существуют 10 видов туризма:

1. Культурно-познавательный
2. Религиозный
3. Событийный туризм
4. Экологический туризм
5. Лечебно-рекреационный
6. Приключенческий
7. Охота и рыбалка
8. Детский и юношеский туризм
9. Деловой
10. Круизный

В целях развития внутреннего и въездного туризма и формирования конкурентоспособной туристской индустрии в Нижегородской области Правительством региона реализуется областная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Нижегородской области в 2012-2016 годах». На реализацию программы за 5 лет планируется направить около 200 миллионов рублей.

26 марта 2013 года в Москве состоялось заседание Координационного совета, в ходе которого обсуждались вопросы распределения субсидий между субъектами РФ, которые подали заявку на участие в Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на (2011-2018 годы)» в 2013 году [5].

По итогам заседания уже в апреле месяце Нижегородская область получит средства из федерального бюджета по данной программе. «Нижегородская область - один из пяти регионов, которые впервые стали участниками федеральной программы по финансированию и поддержке туризма в регионах. Это очень важное событие для региона», - заявил Денис Лабуза [5].

Заявка на реализацию проекта по созданию туристического кластера в Нижегородской области в рамках Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на (2011-2018 годы)» была подана Министерством поддержки и развития малого предпринимательства, потребительского рынка и услуг Нижегородской области в феврале 2013 года.

Анализ данных по региональным программам показывает, что практически в каждом районе Нижегородской области, на сегодняшний день, намечается создание современной туристской индустрии, способной внести ощутимый вклад в виде налоговых платежей в государственный и муниципальные бюджеты, стимулировать предпринимательскую деятельность, рост рабочих мест, приток инвестиций, содействовать организации активного отдыха населения.

Библиографический список:

1. Интернет-ресурс: <http://holm-forum.ru/turizm/istoriya-razvitiya-turizma/> Индустрия туризма в современных условиях: состояние, проблемы и перспективы
2. Интернет-ресурс: <http://tepliyochag.ru/>
3. Интернет-ресурс: <http://www.trn-news.ru/user/91>
4. Интернет-ресурс: <http://nizhnynovgorod.news-city.info/>

ТУРИСТСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ НИЖЕГОРОДЦЕВ

*Степанова М.П., к.э.н., доцент,
Бацына Я.В., к.соц.н., доцент
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Взгляды нижегородцев на отдых, согласно данным проведенного компанией Romir Monitoring телефонного опроса 400 жителей Нижнего Новгорода, весьма консервативны. Так, 30,7% населения предпочитают отдыхать в деревне, 30% горожан остаются в городе, 20,5% выезжают на дачу. В ходе опроса также выяснилось, что туристские предпочтения слабо зависят от уровня дохода. Например, среди горожан с высоким уровнем доходов 60% предпочитают отдыхать в деревне и 40% – на зарубежных курортах.

Отдых на различных курортах не характерен для большинства населения города. Ежегодно отдыхают на курортах разного уровня менее 10% нижегородцев. При этом почти в равной мере горожане проводят отпуск как на курортах федерального значения (7,5%), так и в санаториях, домах отдыха Нижегородской области (6,5%). Зарубежные курорты доступны лишь 3% нижегородцев [2].

Согласно данным, представленным маркетинговым агентством Нижнего Новгорода «Медиа навигатор», предпочтения нижегородцев в сфере отдыха расположились в порядке убывания привлекательности следующим образом: дача или деревня – 31%, зарубежные туры – 23%, российский курорт – 17%, походы, охота, рыбалка – 15%, другое – 14% [1]. Как видим, данные двух опросов относительно направлений отдыха слабо коррелируют между собой. На наш взгляд, результаты второго опроса в большей степени соответствуют действительности.

Пятая часть жителей нашего города предпочитают отдыхать без спутников, а каждый десятый нижегородец проводит отдых в кругу друзей. Люди, более состоятельные предпочитают отдыхать организованно, по путевке (43%). Они являются активными потребителями услуг туристических агентств. Больше половины горожан самостоятельно организовывали свой отпуск.

Лето по-прежнему остается самым популярным временем года для проведения ежегодного отпуска. Только 15% нижегородцев предпочитают отдыхать зимой и 12% планируют свой отпуск на весну и осень. У

значительной части нижегородцев (78%) отпуск бывает один раз в год и длится от двух недель до месяца, 22% горожан дробят свое отпускное время и отдыхают несколько раз в год в среднем по две недели.

В среднем нижегородцы тратят на ежегодный отпуск заранее запланированную сумму. Среди горожан 53% ежегодно тратят на отпуск до 15 тыс. руб. В сумму до 30 тыс. руб. укладываются около трети нижегородцев, а для 12–13% обеспеченных жителей города траты на ежегодный отдых составляют \$1–2 тыс. Сумму свыше 60 тыс. руб. могут потратить на отдых не более 5% состоятельных горожан.

Из тех нижегородцев, кто провел свой отпуск в 2012 году за границей, большинство (13%) посетили страны Азии (Кипр, Турция, Китай, Таиланд, ОАЭ). Страны Центральной Европы (Франция, Германия, Австрия, Греция, Италия, Испания) пользуются большей популярностью по сравнению со странами Восточной Европы, их посетили 7% и 2% соответственно. А 5% горожан провели свой отпуск в Египте.

Наиболее удобной для большинства опрошенных (40%) является система трехразового питания (полный пансион), 27% обеспеченных нижегородцев предпочитают систему «все включено», еще 19% считают наиболее удобным полупансион. Лишь 20% нижегородцев предпочитают размещение в двухзвездочных отелях, подавляющее большинство предпочитает более качественный сервис. Достаточно высок процент людей, предпочитающих размещаться в частном секторе (25%), что может быть связано с активно развивающимся в последнее время автотуризмом, особенно в связи со свободным перемещением в рамках стран Евросоюза [4].

Чаще других заграничные путешествия совершают нижегородцы в возрасте 25–34 лет. Каждый четвертый представитель этой возрастной группы ездит за границу, как минимум 1 раз в год. Лишь 25% нижегородцев выезжают за границу 2–3 раза в год. Средняя сумма расходов нижегородцев при поездке за рубеж составила 26 678 рублей на одного человека [5].

Самыми популярными туристическими направлениями для нижегородцев в новогодние праздники 2012–2013 стали Египет, страны Балтии, Финляндия, Чехия, Таиланд и ОАЭ. По опросам корреспондентов НТА-Приволжье, нижегородцы на майские праздники 2013 года предпочитают выехать в Турцию, Египет, Испанию и Грецию. Популярны также авиа- и автобусные туры в Европу с отправлением из Москвы: в Чехию, Францию, Италию [3].

Цены на заграничные и отечественные туры в настоящее время практически одинаковы, однако, как показывает статистика, многие нижегородцы предпочитают отдыхать у себя на родине. Следовательно, для развития внутреннего туризма, в том числе и в Нижнем Новгороде, есть большой потенциал.

Так, Нижегородскую область в 2012 году посетило свыше 85 тыс. иностранных туристов, что на 37% больше, чем в 2011 году. Большой

интерес к достопримечательностям нижегородского региона проявили и российские туристы. Регион посетило свыше 650 тыс. человек, и это только те, кто официально приехал по туристическим путевкам [3].

Туристская гостиничная база Нижнего Новгорода, которая насчитывает в настоящее время 83 предприятия вместимостью 3106 номеров на 5903 мест, позволяет принять огромное количество туристов. По состоянию на 01.02.2012г. восемнадцать гостиниц города имеют «звездную» классификацию: «Ибис»**, гостиничный комплекс «Нижегородский»**, «Маринс Парк Отель»***, «Заречная»***, «Николь»***, «Гостиный дом»***, «Домик Петра»***, «Русский капитал»***, «Шато»***, «12 месяцев»***, «Троицкая»***, «Дипломат»***, «Воробей»****, «Ока»****, «Александровский сад»**** и «Волна» **** [6].

Учитывая проведение в Нижнем Новгороде в 2018 году Чемпионата мира по футболу, гостиничная инфраструктура будет развиваться опережающими темпами в целях приема максимального числа туристов.

Библиографический список:

1. Интернет-ресурс: nn.rosfirm.ru/companies_news/analitic
2. Интернет-ресурс: www.789.ru/news/
3. Интернет-ресурс: www.nta-nn.ru/news/
4. Интернет-ресурс: www.r52.ru/12420
5. Интернет-ресурс: www.regnum.ru/news/
6. Интернет-ресурс: нижнийновгород.рф

БРЭНДИНГ, КАК ЭЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГА В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Туватова В.Е., к.т.н., доцент

Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н.Новгород

Высокие темпы роста рынка общественного питания в нашей стране привели к тому, что в данном сегменте рынка обострилась конкуренция. В результате чего, возникла потребность в активном использовании средств маркетинга для продвижения ресторанной продукции.

В настоящее время российские предприятия питания достаточно часто стали использовать элементы брендинга для повышения эффективности рекламы и продвижения своих услуг.

Фирменный стиль заведения общественного питания начинается с названия, которое должно сразу же вводить посетителей в курс дела, что им можно ожидать, зайдя вовнутрь. К примеру, если ресторан назван нейтрально, а попав внутрь, посетитель увидит, что его ждет знакомство с

экзотической кухней, то клиент будет сбит с толка, и его впечатления несколько померкнут.

Идеально, когда фирменный стиль разрабатывается после того, как проведены маркетинговые исследования, и уже подготовлена концепция ресторана. Тем не менее, бизнес не всегда создается при идеальных условиях, и ресторатору необходимо адаптироваться под существующие реалии.

У рестораторов есть возможность использовать не только визуальное, но и аудиальное, и кинетическое воздействие. Другими словами, все пять чувств, которые есть у человека, можно использовать для того, чтобы сформировать эмоциональный отклик у посетителя [1].

Визуальное воздействие используется во всем: экстерьер и интерьер ресторана, бара, кафе; подбор аксессуаров, а также оснащения (декор, техника, мебель, посуда, текстиль, униформа и т.д.). Основными «трансляторами» фирменного стиля остаются, конечно же, рекламные носители во всем своем разнообразии (вывески, штендеры, билборды, флаеры, листовки и т.д.)

Аудиальное воздействие локально, его работа заканчивается тогда, когда посетитель покидает заведение. Стиль музыки, подбор исполнителей, уровень громкости – все эти параметры строго регулируются, ведь звуковое окружение является одним из тех факторов, который имеет влияние на то, что принято называть «атмосферой» заведения.

Кинетическое воздействие одно из самых важных. Меблировка, декор, оснащение ресторана тоже являются носителями фирменного стиля.

Если говорить о таких чувствах, как вкус и обоняние, то особенности блюд, вкусовые эксперименты, запахи и ароматы – это уже «внутренний» фирменный стиль, без высокого качества которого трудно рассчитывать на лояльность клиентов. В некоторых ресторанах уместно использование, так называемого, аромабрендинга. Его задача – формирование у посетителя устойчивой ассоциативной связи имени ресторана с определенным запахом. Технология предполагает использование едва уловимых ароматизаторов воздуха, но в ресторанах возможно использование аромата блюд и напитков.

Помимо основных носителей корпоративной айдентики (бланков, конвертов, открыток, сувенирной продукции), бары и рестораны имеют собственный набор фирменной атрибутики:

- меню, папка-счет, меню-холдеры;
- клубные, дисконтные карты;
- салфетки, спички, зажигалки, скатерти;
- столовые аксессуары: солонка, перечница, пепельница и пр.;
- таблички-указатели для внутренней навигации.

Особое внимание уделяется созданию меню. Помимо использования элементов фирменного стиля (цвет, шрифт, логотип), само оформление также должно быть стилизованным. Эксперименты с дизайном,

обработкой фотографий блюд, выбором бумаги и способа печати - приносят свои результаты. Единственным ограничением в разработке меню является требование по читабельности страниц [2].

Фирменная посуда может быть изготовлена на заказ. Этот вариант оправдан для заведений премиум-сегмента. Для кафе с демократичными ценами более подходящим будет брендирование посуды: нанесение логотипа и фирменных цветов. Носителями фирменного стиля могут быть чашки, тарелки, бокалы, а также одноразовая посуда.

Составляющим элементом фирменного стиля является персонал, облаченный в фирменную одежду. Разные типы униформы необходимы для таких сотрудников как:

- официанты
- бармены
- администраторы
- повара
- швейцары

Когда заходит речь о сетевом бизнесе, брендинг приобретает особые черты. При работе с одной точкой общепита основные усилия сводятся к локальному влиянию, при разработке фирменного стиля для сети требуется создать единые визуальные идентификаторы, которые будут понятны для населения других городов и стран. При этом для сетевых брендов важно избежать излишней унифицированности [3].

Фирменный стиль для сети ресторанов – это не только единая система визуальной идентификации, это единое меню, технологии, стандарты обслуживания, оформление помещения, зонирование и т.д. Увидев знакомый логотип, посетитель будет знать: что, как и по какой цене он получит в этом заведении. Поэтому ресторанным сетям необходим не только брендинг, но и, например, внутренние семинары по фирменному стилю, где персонал будет получать знания о введенных стандартах работы.

В некоторых случаях необходимо создание зонтичного бренда. Под одной маркой ведется работа по раскрутке нескольких групп заведений. Форматы могут быть разными, под одним «зонтом» могут соседствовать рестораны премиум-класса, демократичные кофейни, автобуфеты и т.д.

В ресторанной практике имеет место явление, когда рестораны, хоть и не являются сетевыми, но имеют явные признаки сетевой структуры. Речь идет о заведениях, открытых под патронажем одного человека. В таких случаях можно говорить о персональном брендинге – имя ресторатора становится брендом. Рестораны могут иметь абсолютно разные концепции, названия, но иметь и сходные характеристики, обычно это относится к ценовой политике, стандартам обслуживания. В таких условиях усилия специалистов по маркетингу сосредоточены на рекламных мероприятиях и PR, которые необходимы для персонального брендинга ресторатора.

Фирменный стиль, помимо привлечения внимания, служит в немалой степени рекламным целям. Так что, просчитывая, сколько стоит открыть кафе, следует обязательно предусмотреть пункт о разработке фирменного стиля. Эта статья расходов окупится многократно постоянно прибывающим потоком клиентов.

Для того чтобы разработать максимально привлекающий внимание фирменный стиль предприятия питания, необходимо ясно сформулировать ряд входных параметров: цели и задачи данного заведения, целевая аудитория; анализ деятельности конкурентов; временные рамки; бюджет.

Подводя итог, можно сказать, что, несмотря на все трудности, рост индустрии питания в России постепенно набирает всё большие темпы. Высокая конкуренция на рынке ресторанных услуг будет способствовать открытию все большего количества заведений с ярким, запоминающимся фирменным стилем.

Библиографический список:

1. Дементьева Е. П. Ресторанный бизнес. Секреты успеха / Е. П. Дементьева. - 2-е изд. - Ростов н/Д : Феникс, 2008. - 253 с.
2. Петраков А. Привлечь и удержать. Основы ресторанного маркетинга // Маркетинг. Менеджмент. – 2007. - №5.
3. Стратегия позиционирования бренда для предприятий ресторанного бизнеса / авт.: А. С. Родионов, Е. Л. Ильина, Ю. С. Найденов, А. Е. Кузнецова. - М.: ГОУ ВПО РЭА им. Г.В. Плеханова, 2009. - 88 с.

ТУРИСТСКАЯ ПОТРЕБНОСТЬ: ПАРАДИГМА РЕАЛИЗАЦИИ В РОССИИ

*Фетисов В.Д., д.э.н., профессор,
Фетисова Т. В., к.э.н., доцент
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Жизнедеятельность людей во многом определяется комплексом потребностей человека. Важнейшей потребностью людей является объективное стремление человека к новому, познанию неизвестного, неизведанного [1]. В реальной жизни данная потребность выражается в системе различных проявлений, среди которых не последнее место занимает познавательная потребность окружающего мира или потребность в туризме (туристская потребность). От того, как она реализуется, во многом зависит характер и темпы развития человека и общества в целом. В этой связи, весьма актуальным представляется исследование парадигмы реализации туристской потребности.

Представляется, что туристская потребность в реальной действительности определяется системой факторов, среди которых основное значение имеют:

- возраст,
- количество свободного времени,
- материальные возможности людей.

Динамика желания к познанию нового или изменение потребности в туризме в зависимости от возраста человека изображена на рисунке 1.

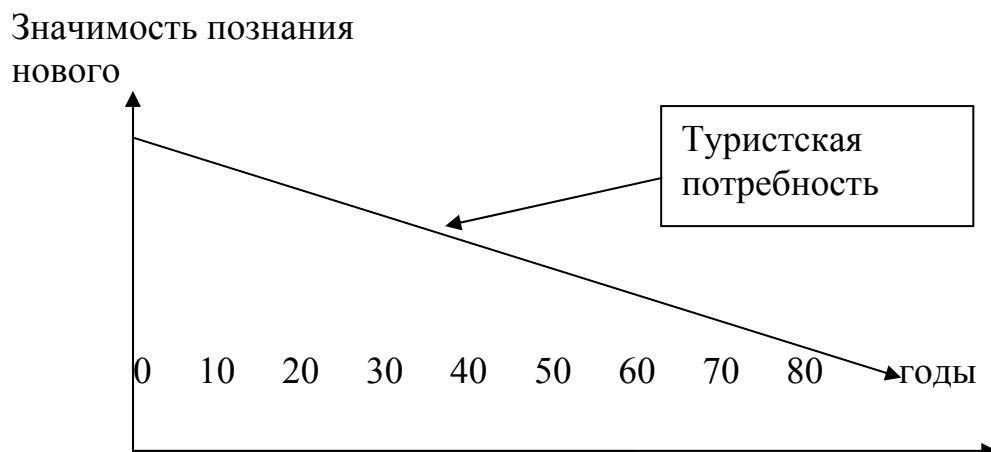


Рис.1. Зависимость значимости туристской потребности человека от возраста

Исследования показывают, что максимальная туристская потребность наблюдается в детском возрасте, когда дети озабочены вопросами «что», «почему» и «зачем», которая затем стабильно уменьшается и к концу жизни сводится на нет. Разумеется, существуют исключения из общего правила, но они не меняют общей тенденции.

Возможности реализации туристской потребности в зависимости от свободного времени и возраста людей показаны на рисунке 2.

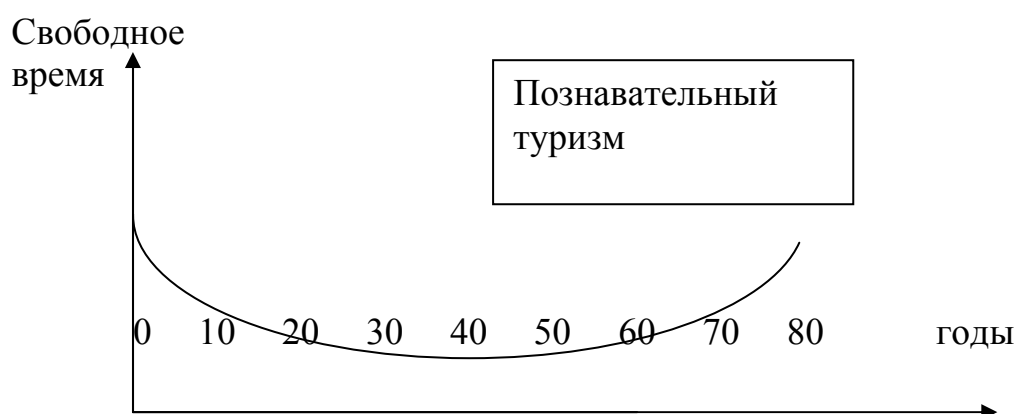


Рис.1 Зависимость познавательного туризма человека от наличия свободного времени и возраста людей

Наибольшее свободное время для познавательного туризма имеется у подрастающего (5-20 лет) и возрастного (60-80 лет) поколения. В период трудоспособной деятельности (25-60 лет) на познавательный туризм остается, в основном, время отпусков.

Фактическое состояние познавательного туризма определяется, как свидетельствуют исследования, уровнем материального благосостояния людей. Его влияние в возрастном аспекте показано на рисунке 3.



Рис.1 Зависимость возможности познавательного туризма человека от материального положения и возраста

Наилучшие материальные условия для познавательного туризма в России имеются у занятых людей в возрасте 30-50 лет. У подрастающего и пожилого поколений положение значительно сложнее. Они вынуждены решать проблемы безопасности и исходных физиологических потребностей.

В заключение следует отметить, что для развития познавательного туризма как фактора инновационного процесса и совершенствования общества целесообразно его максимальное распространение и субсидирование в образовательном процессе подрастающего поколения.

Библиографический список:

1. Фетисов В.Д. О парадигме потребностей человека в рыночной экономике // Современный менеджмент: проблемы и перспективы. Материалы IV Международной научно интернет-конференции (Н.Новгород. 7 декабря 2012 г.) / под общ. ред. к.п.н. Е.Н.Фомичевой и Н.А. Шиминой. – Н.Новгород. 2012. – С.101-103.

ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*Шестипалова Т.Р., ст. преподаватель
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Глобализация, информатизация и развитие транспортных средств в мире за последние два десятилетия придали туризму такую

стремительную динамику развития, что он в ближайшие десятилетия может стать ведущей мировой отраслью. Значимость туризма в современном мире постоянно растёт, и, по оценкам специалистов, XXI век станет веком туризма. Туризм в современном мире быстро превращается в отрасль, которая густой и плотной паутиной туристических потоков опутывает весь земной шар, а сегодня уже и космическую сферы, число путешествующих увеличивается с каждым годом.

По прогнозам Всемирной туристической организации в ближайшие десятилетия темпы роста объемов туризма сохранятся, и к 2020г. число международных туристских прибытий достигнет 1,561 млрд. (в 2000г. их было 698 млн.). Еще более значительно — в 4,2 раза, - должны увеличиться доходы от туризма: с 476 млрд. до 2 трлн. дол (1).

В чём причины столь феноменального роста? Все очень просто: существует прямая связь развития туризма с ростом доходов и повышением уровня жизни населения. Как правило, чем более благополучна страна, чем стабильнее её социально-экономическое положение в мире, тем выше в ней доля населения, формирующего мировые туристические потоки.

В то же время, туризм является мощным катализатором социально-экономического развития как развитых, так и депрессивных стран и регионов: он обеспечивает приток иностранной валюты, инвестиций, способствует бурному росту смежных отраслей, помогает решать проблемы занятости населения, повышает репутацию страны в мировом сообществе. При существенно меньших затратах, чем в других отраслях экономики, туризм может обеспечить значительные валютные поступления.

Как свидетельствует статистика, в настоящее время в мире насчитывается 80% стран, в которых въездной туризм входит в первую пятёрку ведущих статей экспорта, а в 40% - является основной экспортной статьёй, ещё 40% - это государства, где доходы от туризма превышают 1 млрд. дол.²

Важно отметить, что в современном глобализирующемся и информатизирующемся обществе туризм становится всё более благоприятной средой, в которой общество с нарастающей интенсивностью и масштабностью потребляет, использует в целях своего развития все накопленные человеком культурно-исторические ценности и рекреационные ресурсы. В этом, возможно, одна из основных причин вливания в последние десятилетия в туризм гигантских ресурсов под контролем возвращаемых ведущими мировыми державами транснациональных компаний, которые всё более плотно окутывают планету гостиничными и ресторанными «цепями», бронировочными и информационными системами, транспортными альянсами, индустриальными технологиями информирования, развлечения, досуга, обучения и т.д.

Под влиянием туризма весьма значительная часть населения земного шара начинает жить в постоянном движении, непрерывно расширяя туристические потоки. Структурные изменения в мировой экономике, в частности вхождение туризма в лидирующую группу отраслей, начинают качественно менять характеристики современного общества. Впервые за всю историю человечества начали видоизменяться алгоритмы устоявшихся контактов между людьми. Если до этого, по мнению английского историка Дж. А. Тойнби, основной контакт между цивилизациями шел через торговлю и войны, то теперь эту форму контакта более результативно, с точки зрения развития общества, начинает играть туризм. Именно он, приводя в движение сотни миллионов людей, привлекает на территории целых государств в благоприятное время и в рекреационно-пригодные, особенно в экологически чистые места огромные массы людей, перемешивая их как бы в одну национальность, а порой и конфессиональность [2].

Внимая эти тенденции, ряд стран уже пошел на целенаправленную трансформацию своих территорий в места постоянного функционирования мировых туристских потоков. В таких развитых странах, как США, Швейцария, Канада, Франция, ОАЭ, Саудовская Аравия, Испания, Турция, Израиль, Китай, Индия и др., экономика и вся система её регулирования нацелены на максимальное привлечение туристов. А если эти потоки захватывают территории других стран, то делается всё, чтобы они пролегали по каналам, максимально контролируемым туристским бизнесом названных государств.

Таким образом, туризм в его нынешнем мире становится своеобразным мостом, по которому люди начинают всё успешнее преодолевать пространство и время.

Библиографический список:

1. «Концепция развития туризма в Российской Федерации», подготовленная Министерством экономического развития и торговли РФ и одобренная на заседании правительства РФ 11.04.08. " Время обустраивать туризм в России // Турбизнес. - 2008. - № 5.
2. Тойнби А. Дж. Цивилизация перед судом истории: сборник / пер. с англ. - 2-е изд. - М.: Айрис-пресс, 2009. - С.39-85.

ТУРИСТИЧЕСКИЕ УСЛУГИ В СЕКТОРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РЕГИОНОВ

*Шестипалова Т.Р., ст. преподаватель
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Наиболее фундаментальным признаком перемен в российской экономике является переориентация производства от создания преимущественно материальных благ на предоставление широкого ассортимента услуг.

Развитие рыночных отношений, рост спроса на услуги способствуют стремительному развитию сферы услуг, являясь важным фактором структурной перестройки российской экономики. В то же время рынок услуг выступает важным условием международных экономических отношений. Находясь в стадии формирования, рынок услуг обеспечивает ежегодные темпы роста объемов во внешнеторговом обороте примерно в 1,5 раза выше темпов роста объемов материального производства.

Следует отметить, что рынок услуг становится все более разнообразным и структурированным. В нем все отчетливее можно выделить отраслевые сегменты рынка: рынки финансовых, информационных, транспортных, туристских, сервисных услуг и других.

Туризм является одним из самых перспективных и прибыльных отраслей в сфере услуг. Налоги в бюджеты разных уровней, новые рабочие места, насыщение валютой платежного баланса реализуются через экономическую деятельность в целом на основе включения всех отраслей экономики страны в хозяйственный оборот туризма.

Средние темпы роста отрасли туризма составляют 5-7 % в год, что намного выше среднегодовых темпов роста мировой экономики в целом.

Возрастающая роль сегмента туристических услуг в секторе потребительского рынка регионов проявляется в том, что туризм:

- создает рабочие места в секторе туризма и в смежных с ним отраслях (каждый въезжающий в страну турист создает 8-10 рабочих мест);
- стимулирует развитие внутренних подотраслей: гостинично-туристского и санаторно-курортного комплекса, транспортного и ресторанного бизнеса, экскурсионно-информационных служб, туристско-развлекательных, спортивно-оздоровительных комплексов и деловых центров; способствует притоку в регион иностранной валюты; стимулирует инвестиции в региональную туристскую индустрию, способствуя увеличению налогооблагаемой базы и доходов в бюджеты; стимулирует модернизацию региональных инфраструктур транспорта, связи и других базовых систем;
- способствует сохранению и восстановлению историко-культурного и природного наследия региона;

- стимулирует возрождение и развитие традиционных народных промыслов и ремесел; изготовление сувенирной продукции;
- экологически устойчивый туризм способствует продуктивному экоориентированному использованию земель, не имеющих сельскохозяйственного значения, что позволяет сохранять естественную флору на больших площадях, а также наглядно демонстрирует важное значение природных и культурных ресурсов для экономического и социального благосостояния общества;
- формирует престиж региона и страны в целом. Потребительский рынок туристских услуг формируется за счет сферы обмена между потребителями и производителями туристских услуг. Историко-культурное наследие и природные условия позволяют России быть наиболее привлекательным туристским ресурсом. На территории страны сконцентрировано множество уникальных памятников истории и культуры.

Стабильное и динамичное развитие рынка туристских услуг в России, обеспечивалось в основном за счет выездного туризма. Однако, как показали исследования, в последнее время наблюдается тенденция постепенного роста популярности внутреннего туризма. Охотнее всего россияне посещают по туристским путевкам Санкт-Петербург (16,1% количества обслуженных туристскими фирмами внутренних туристов), Краснодарский край (15,5%), Москву (10,1%).

Для внутреннего туризма характерны в основном краткосрочные туры (1-14 дней) с целью досуга и отдыха (70,8% количества обслуженных туристов). Россияне отдают предпочтение круизам на теплоходах и путешествиям в автобусах (12%), выезжают на лечение в республиканские курорты и здравницы (6%). Только 11% россиян могут позволить себе более продолжительный организованный отдых (15-28 дней).

Число выбравших внутренние маршруты для отдыха в 2011 году составило около 32 миллионов человек, что на 16% больше, чем в 2010 году. При росте спроса на внутренние маршруты, большинство россиян выбирают не курорты Краснодарского края, а поездки на теплоходах вниз и вверх по Волге.

Принимая во внимание размер культурно-исторического наследия России, равно как некоторые природно-климатические особенности страны, констатирующие практически полное отсутствие «пляжных» туристов, круизы по праву могут считаться одним из главных направлений развития рынка туристских услуг.

Российская Федерация располагает значительной сетью внутренних водных путей, используемых для транспортного судоходства. Общая их протяженность составляет 101,7 тыс. км. Внутренние водные пути обеспечивают транспортное обслуживание 26 республик, краев, национальных автономных округов и 42 областей Российской Федерации и внешнеэкономические связи России с иностранными государствами.

Это определяет потенциальные возможности развития речного круизного туризма в Центральном, Северо-западном, Приволжском макро-регионе, преимущества которого связаны:

во-первых, с выгодным для привлечения туристских потоков географическим положением. Простираясь с севера на юг, более чем на 1300 км, макро-регион открывает перед туристами самобытную природную зональность, разнообразие ландшафтов, начиная от тайги в Ярославско-Костромском регионе и заканчивая ландшафтами внутриматериковых полустепей в Прикаспийском регионе. Путешествуя по реке, всего за неделю можно побывать в разных природных зонах, природный потенциал которых отличается разнообразием и многогранностью;

во-вторых, Поволжье имеет богатое историческое прошлое, вследствие чего характеризуется высокой концентрацией уникальных исторических и архитектурных объектов, что является предметом туристского интереса;

в-третьих, речной туризм является перспективным сегментом региональных потребительских рынков, который позволяет решить одновременно несколько задач, удачно сочетая в себе преимущества всех других видов туризма.

Обладая высокой привлекательностью, туризм удовлетворяет рекреационные потребности населения, дает импульсы развитию экономики всех субъектов, образующих его, обеспечивает дополнительными средствами для поддержания и сохранения в надлежащем состоянии памятников природы, истории и культуры, создает новые рабочие места, пополняя региональные бюджеты.

Библиографический список:

1. Интернет ресурс: www.propel.ru
2. Квартальнов В.А. Международный туризм. Политика развития: учеб. пособие / В.А.Квартальнов, А.А.Романов. – М.: Советский спорт 2008.

3. ПРОВЕДЕНИЕ МАСШТАБНЫХ СПОРТИВНЫХ СОРЕВНОВАНИЙ: ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ

НАСЛЕДИЕ ГРЕНОБЛЯ: ДИСТАНЦИЯ В 50 ЛЕТ

*Зубкова О.В., ст. преподаватель
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Прежде, чем начать говорить о постолимпийском наследии французского Гренобля, целесообразно остановиться на концепции олимпийского наследия в целом.

Подобная концепция наследия является относительно новой для мирового и олимпийского сообщества. Впервые о ней заговорили в рамках подготовки и проведения Олимпийских Игр 1996 года в Атланте (США). Тогда было подчеркнуто, что именно организаторы оставят городу в качестве позитивного наследия, с какими проблемами власти столкнутся после игр и каким образом организаторы игр смогут помочь их решить.

В ходе обсуждений были выявлены различия между «твердым» и «мягким» наследиями, такими, например, как спортивные объекты, которые относительно просто определить, и социально-культурным наследием, объекты которого труднее различать.

Согласно мировым исследованиям, наследия могут быть разбиты на шесть категорий: экономическое наследие; наследие строительной и физической среды; наследие информации и образования; наследие общественной жизни, политики и культуры; наследие спорта; а также наследие символики, памяти и истории [1].

Кроме перечисленного, впервые было отмечено и наследие, определяемое экологическими причинами и выявленное при проведении зимних Игр в Гренобле (Франция) в 1968 году. На примере этих вторых французских Олимпийских Игр (первый раз зимние Олимпийские Игры проводились во Франции в альпийском городе-курорте Шамони в 1928 году) целесообразно остановиться подробнее.

Юго-восток Франции таит в себе много замечательных мест, одно из таких – город Гренобль. Он расположен у самого подножия Альп на берегу рек Изер и Драк. Полностью окруженная горами, столица департамента Изер является настоящей «столицей Альп».

Десятые Зимние Олимпийские игры проходили в Гренобле (департамент Изер, Франция) с 6 по 18 февраля 1968 года. Это были вторые зимние олимпийские игры после Игр 1924 года в Шамони, которые принимала Франция. Решение о назначении Гренобля городом-организатором игр 1968 года было принято 28 января 1964 года на 61-й сессии Международного Олимпийского Комитета (МОК) в Инсбруке. В третьем туре голосования Гренобль опередил Калгари (27 против 24 поданных голосов). Заявку на проведение Игр Национальный

Олимпийский комитет Франции подал в МОК ещё в 1960 году. При этом было учтено, что в самом Гренобле нет гористой местности, обеспечивающей проведение соревнований по ряду дисциплин. Поэтому было решено использовать инфраструктуру близлежащих от Гренобля курортных городов. Исходя из этого, был разработан соответствующий проект, одобренный Правительством Франции и переданный МОК в 1962 году.

Президент Французской республики Шарль де Голль стремился использовать игры для проведения большой реконструкции города и сделать Гренобль символом модернизации Франции [2]. Так, в Гренобле были построены: новая ратуша и здание управления полиции, новый железнодорожный вокзал, 3 жилых высотных здания 92 метра высотой каждое (наиболее высокие жилые здания в Европе на тот момент), новый автовокзал и больница на 560 мест, Дворец спорта и Дворец культуры, ледяной каток Клемансо, Пресс-центр игр и Выставочный центр. Олимпийская деревня после окончания Игр была превращена в жилой квартал на 1 800 квартир. Проведение игр совпало также с открытием Музея Дофине в новых помещениях бывшего монастыря визитанток (Sainte-Marie-d'en-haut). Помимо этого, были построены: новый аэропорт, две автострады и мосты, железная дорога, соединяющая Гренобль с Шамбери, телефонная станция, пожарная охрана, созданы новые лыжные курорты.

Впервые в истории Олимпиад на Зимних играх 1968 года в Гренобле появился талисман игр (тогда ещё неофициальный). Это был Колобок - лыжник по имени Щусс в синем лыжном костюме с большим красно-белым шаром вместо головы. Его изображения были настолько популярны и столь успешно продавались в виде значков и маленьких фигурок, что МОК решил в будущем ввести в обиход на Олимпиадах стилизованное изображения персонажа, признанного общественностью страны-организатора игр наиболее популярным.

Начиная с 1968 года МОК, по предложению Олимпийского комитета СССР, включил в церемонию открытия игр также Олимпийскую клятву судей, которую должен был давать после клятвы спортсменов судья той страны, где проводятся Олимпийские игры.

Первый раз в истории велась телевизионная трансляция Олимпийских игр. Для этого Управление радиовещания и телевидения Франции (ORTF) создало Дом Радио и Телевидения в квартале Малерб. Всего игры смогло посмотреть свыше 600 млн. телезрителей. И впервые трансляции велись в цветном изображении.

Впервые в истории Олимпийских игр в Гренобле был введён допинг-контроль спортсменов в соответствии с решением МОК 1967 года о запрете применения допинга.

Однако, Гренобль был не только позитивным примером организации игр, но и выявил ряд проблем, сопровождавших данное мероприятие. В частности, не были приняты во внимание экологические проблемы, не

всегда учитывались климатические факторы. Здания Олимпийской деревни быстро опустели и не нашли широкого применения после Игр. Но положительный резонанс Игр, а также богатое олимпийское наследие позволили Греноблю представить свою кандидатуру на Игры в 2018 году. Положительное решение Олимпийского комитета позволило бы достойно отметить пятидесятилетнюю годовщину Игр 1968 года, наследие которых благодаря созданной инфраструктуре, превратило город в региональную метрополию, благотворно сказавшись на его развитии.

Библиографический список:

1. Кузнецова, З.М. Олимпийские экологические проблемы как наследие зимних Игр / З.М. Кузнецова. - Набережные Челны: Изд.-во «Перспектива», 2012. – 112 с.
2. Alain de Borniol. Guides Gallimard – les encyclopédies du voyage / France Impression Conseil. - 2010. – 196 с.

ОЛИМПИЙСКОЕ НАСЛЕДИЕ ЛОНДОНА

*Козлова Н.В., преподаватель
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Опыт проведения олимпийских игр во многих странах показывает, насколько сложно в дальнейшем эффективно использовать спортивные объекты.

В основе тендерной заявки Лондона для олимпийских игр 2012 лежало стремление максимизировать потенциальные возможности олимпийских объектов и создать новый район, который стал бы образцом регенерации территории для всего мира.

Уровень жизни, образования и здоровья населения в восточной части Лондона, где и был создан олимпийский парк, является одним из самых низких во всей Великобритании. Олимпийские игры должны были послужить катализатором для эффективной регенерации всего района, поскольку обеспечивали политическую и финансовую поддержку, необходимую для начала этого процесса. Дополнительно привлеченные вложения инвесторов в модернизацию инфраструктуры, коммунального сектора и общественного транспорта также служили поставленной цели.

Управлением по развитию олимпийской инфраструктуры (The Olympic Delivery Authority) были разработаны Программа олимпийского наследия и Стратегия Устойчивого развития Олимпийского парка, нацеленные на создание городского района с развитой инфраструктурой и сферой обслуживания, включающая в себя социальные, спортивные и культурные объекты, объекты здравоохранения и образования, а также внедрение экологических проектов в русле реки Ли [1].

Дополнительным преимуществом Лондона при подготовке к Олимпиаде было наличие множества спортивных объектов высокого класса, большинство из которых требовали только частичной реконструкции. С нуля были возведены только семь арен и инфраструктурные сооружения.

Примечательно, что большинство вновь созданных объектов Олимпийского парка нашли будущего владельца еще до начала Игр. К примеру, за право аренды главного стадиона борются футбольные клубы "Вест-Хэм" и "Тоттенхем", в здании многофункциональной арены Copper Box после реконструкции расположится местный спортивный центр, а баскетбольную арену планируют разобрать и вновь использовать в Рио де Жанейро на следующих Играх в 2016 году. В ближайшем будущем олимпийская деревня будет преобразована в жилой район, а Акватик центр, избавившись от временных боковых трибун, превратится в Национальный центр водных видов спорта [3]. По проекту запланировано также переоборудование столовой для спортсменов в районную школу-академию Chobham Academy, а медицинского центра в современную поликлинику и другие преобразования.

В общей сложности затраты на проведение олимпийских игр в Лондоне составили 2,1 млрд долларов на проведение и 15,9 млрд долларов на развитие городской инфраструктуры [4]. Возврат инвестиций происходит за счет продажи билетов, телевещательных прав, оборудования, использовавшегося во время игр, аренды инфраструктурных объектов, появления нового жилья и т.д.

В апреле 2012 года начала работу Корпорация по развитию лондонского наследия (London Legacy Development Corporation), сегодня управляющая объектами Олимпийского парка. Данная организация подотчетна меру Лондона. Решением лондонской администрации от 14.12.2012г. ей были официально переданы все права на землю парка и прилегающие территории [2].

С января 2013 парк называется Олимпийский Парк имени Королевы Елизаветы (Queen Elizabeth Olympic Park). Как рекреационная и туристическая зона он будет открыт для посещения в годовщину открытия Игр – 27 июля 2013 года. Предполагается, что в нем ежегодно смогут побывать около 9 млн человек. После окончания соревнований к работе приступили архитекторы компании Field Operations под руководством Джеймса Корнера, задача которых – дать новую жизнь Олимпийскому парку. Он временно вновь превратился в строительную площадку.

Как видим, во все возводимые олимпийские объекты в Лондоне кроме максимальной функциональности была изначально заложена и способность выполнять общественно полезные функции после окончания Игр. Такой подход к организации крупных спортивных соревнований должен стать образцом для проведения других мероприятий.

Но помимо материального наследия следует помнить и о нематериальном наследии. Олимпийские игры послужили поднятию

национальной гордости граждан, имели рекламный эффект для всей Великобритании, т.к. площадки были расположены не только в Лондоне, но и в Веймуте, в Итоне, в графстве Суррей. Олимпиада стимулирует множество людей на занятия спортом, способствует увеличению количества времени на физическое воспитание в школах, вовлекает молодежь в спортивные, социальные и волонтерские проекты.

Библиографический список:

1. Интернет-ресурс: Симонов, С.В. Уникальный шанс Сочи. Уроки: Лондон / С.В. Симонов // Property Report. Зимняя Олимпиада в Сочи. - 2010 – С. 23-26.
2. Интернет-ресурс: Официальный сайт мэрии Лондона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.london.gov.uk>, свободный. – Загл. с экрана.
3. Интернет-ресурс: Смотров, А. Лондон трижды олимпийский [Электронный ресурс] / А. Смотров // Огонек. – 2012. – 23 июля (№ 29 (5238)). – М.: ИД «Коммерсантъ», 2012. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/1972707>, свободный. – Загл. с экрана.
4. Интернет-ресурс: Официальный сайт Олимпийского Движения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.olympic.org>, свободный. – Загл. с экрана.

О ПОДГОТОВКЕ ГОСТИНИЧНОЙ СФЕРЫ НИЖНЕГО НОВГОРОДА К ПРОВЕДЕНИЮ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ 2018 ГОДА

*Поташник Я.С., к.э.н., доцент
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Одним из требований Международной Федерации футбола (FIFA) к городам, претендующим на проведение матчей чемпионатов мира, является наличие развитой гостиничной инфраструктуры [2]. По словам главы заявочного комитета «Россия – 2018» Алексея Сорокина, гостиницы Нижнего Новгорода должны предоставить возможность размещения минимально 7,5 тысяч человек [3]. При этом можно предположить, что ввиду большой вместимости будущего футбольного стадиона (45 тысяч зрителей) и традиционно высокого интереса к матчам, проводимым в рамках чемпионата мира, количество гостей города в дни игр может быть значительно большим. Для определения соответствия гостиничной сферы города требованию FIFA был проведен анализ, некоторые результаты которого представлены ниже.

В настоящее время, по данным Администрации Нижнего Новгорода, в городе функционирует 73 гостиницы (отеля), располагающие в

совокупности 3069 номерами различной вместимости [2]. В нагорной части города находятся 58% гостиниц, в том числе в:

- Нижегородском районе - 46%;
- Советском районе - 11%;
- Приокском районе - 1%.

В заречной части города расположено 42% гостиниц, в том числе в:

- Автозаводском районе - 11%;
- Канавинском районе - 19%;
- Ленинском районе - 3%;
- Московском районе - 4%;
- Сормовском районе - 5%.

Вблизи от ключевых мест проведения будущих мероприятий (футбольного стадиона на «Стрелке», «фестиваля болельщиков» на площади Минина и Пожарского) расположено 29 гостиниц, располагающих 1515 номерами.

Согласно положений гл. 12 проекта Федерального закона №142750-6 «О подготовке и проведении в Российской Федерации Чемпионата мира по футболу ФИФА, Кубка конфедераций ФИФА 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» предоставление гостиничных услуг, услуг по временному размещению и (или) обеспечению временного проживания допускается при наличии свидетельства о присвоении гостиницы или иному средству размещения категории, предусмотренной системой классификации гостиниц и иных средств размещения, в порядке, установленном в соответствии с Федеральным Законом от 24 ноября 1996 года №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности» [1]. По данным, представленным на сайте Администрации Нижнего Новгорода, пяти процентам гостиниц присвоена категория «****», шестнадцати процентам «***», трем процентам «**» [3]. Более 20% гостиниц в настоящий момент не имеют свидетельства о присвоении категории и по этому параметру не соответствуют положениям федерального закона.

Есть определенные проблемы и в сфере коммуникаций. Как показало исследование туристического потенциала Нижнего Новгорода, проведенное филиалом ФГБОУ ВПО «СГУ» в конце 2012 г., персонал большинства нижегородских гостиниц (48%) говорит только на русском языке. Сотрудники 42-х процентов нижегородских гостиниц способны общаться с клиентами на русском и английском языках. Персонал только 10-ти процентов гостиниц говорит на трех и более языках (в том числе русском, английском, французском, немецком, испанском, итальянском). Также были выявлены отдельные пробелы в специальных и управленческих знаниях сотрудников отелей.

Таким образом, в ближайшее время в гостиничной сфере Нижнего Новгорода необходимо решить как инфраструктурные, так и кадровые проблемы. И в первом направлении уже делаются нужные шаги. В Нижнем Новгороде реализуется более 10 – ти инвестиционных проектов

по строительству отелей, а также проводятся работы по реконструкции имеющегося номерного фонда [4].

Обеспечить гостиничные предприятия подготовленным мотивированным персоналом способны профильные учебные заведения Нижнего Новгорода. Например, одним из направлений подготовки студентов в филиале ФГБОУ ВПО «Сочинский государственный университет» в г. Нижний Новгород является 101100 «Гостиничное дело». Каждый год спрос абитуриентов на обучение по этому направлению растет. Повышению качества выпускников, их соответствия требованиям работодателей может способствовать активизация работы по привлечению менеджмента гостиниц к учебному процессу, учет их запросов при формировании содержания учебных дисциплин, проведение на территории отелей экскурсий, практик и т.д.

Библиографический список:

1. Проект Федерального закона №142750-6 «О подготовке и проведении в Российской Федерации Чемпионата мира по футболу ФИФА, Кубка конфедераций ФИФА 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».
2. www.worldcup2018.name – сайт о Чемпионате мира по футболу 2018 года.
3. www.нижнийновгород.рф – официальный сайт администрации г. Нижний Новгород.
4. www.nnovgorod.prohotel.ru – сайт о гостиничном бизнесе в Нижнем Новгороде.

ВРЕМЕННЫЙ БОТЕЛЬ ДЛЯ ГОСТЕЙ

*Сироткин В.Б., к.т.н., доцент,
Шишова М.А., Эргашева М., студентки гр. М-41-09
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

В 2018 году Нижний Новгород в числе других городов России будет принимать чемпионат мира по футболу. Ожидается прибытие не только официальных делегаций, но и многочисленных болельщиков. Всем им будет необходимо обеспечить размещение на время проведения мероприятий.

На данный момент в городе существуют более 80 гостиниц с совокупным номерным фондом в 2979 номеров. Безусловно, на момент проведения чемпионата мира по футболу этого количества будет недостаточно, т.к. по оценкам экспертов городу понадобятся 4,5 тысяч номеров. К этому времени в городе предполагается построить до 15 гостиниц с общим количеством номеров порядка 3 тысяч. Но какова будет их судьба после проведения игр? Здесь мнения расходятся. Примерно 85% клиентов гостиниц – это представители различных мероприятий и

организаций, прибывших в Нижний Новгород в командировку, оставшиеся 15% приходятся на туристов.

Некоторые эксперты утверждают, что увеличение в ближайшие два года гостиничного фонда Нижнего Новгорода на 200-300 номеров приведет к весьма печальным последствиям для владельцев гостиниц, особенно в исторической части города, ведь уровень загрузки нижегородских отелей и сейчас оставляет желать лучшего. Между тем, поток клиентов в обозримом будущем вряд ли увеличится. Если сюда добавить увеличение налоговой нагрузки, расходов на заработную плату и коммунальные услуги, то становится очевидным, что падения прибылей многим гостиницам не избежать.

Несмотря на то, что в преддверии чемпионата в городе запланировано создание центра управления дорожным движением и внедрение интеллектуальных транспортных систем, дорог-дублеров наиболее загруженных магистралей Нижнего Новгорода, строительство стадиона на 45 тыс. зрителей, создание тренировочных баз, строительство новых гостиниц, а также реконструкция подъездов к городу и создание автомобильных обходов города, наш город вряд ли резко увеличит свою популярность среди туристов.

Подготовка Нижнего Новгорода к проведению матчей чемпионата мира по футболу 2018 года обойдется по прогнозу в 278 млрд. рублей. В июне 2012 года инвестиционный совет при губернаторе Нижегородской области уже одобрил предоставление двух участков земли в историческом центре города под строительство гостиниц к ЧМ-2018 - категории 2-3 звезды. Сумма затрат на их возведение составит 373 миллиона рублей. И не факт, что их строительство окупится в ближайшие годы после проведения чемпионата.

В качестве отрицательного примера можно привести ситуацию, сложившуюся в Екатеринбурге, где на гостиничном рынке имеется переизбыток предложения. Несколько лет назад город имел 1,5 тысяч категорийных гостиничных номеров. К проведению саммита Шанхайской организации сотрудничества местные отельеры под давлением региональных властей ввели в эксплуатацию еще 1,2 тысячи номеров. Это привело к сильному падению уровня загрузки гостиниц и пошатнувшемуся финансовому положению их владельцев.

Поэтому, чтобы минимизировать затраты на строительство новых средств размещения и избежать риска потенциальной невостребованности излишнего числа отелей, можно предложить не форсировать капитальное строительство гостиниц, а сформировать временный гостиничный фонд. Для этого использовать одно из направлений гостиничного бизнеса. Сегодня в крупных городах Европы, где есть большие реки и развито судоходство туристам предлагают плавающие гостиницы.

Ботель – отель на корабле. Ботели, как правило, оборудуют на отслуживших свой срок судах. Такие гостиницы есть в Германии, Франции, Голландии, Чехии, Венгрии, Украине. Действуют ботели в

Таиланде, где переоборудованы бывшие тайские суда, перевозившие рис. Ботели – относительно редкое явление в гостиничном бизнесе, но оно постепенно набирает популярность. Хотя в силу своей специфики класс таких гостиниц редко превышает три звезды, их услугами пользуются не только туристы, совершающие недорогие путешествия, но и состоятельные путешественники.

Известно, что в Нижнем Новгороде хорошо развит речной туризм, и существуют компании, активно продвигающие данную отрасль. Волжское пароходство имеет в наличии несколько хорошо укомплектованных теплоходов, которые можно использовать как дополнительные средства размещения на время проведения ЧМ-2018. Во всех теплоходах имеются рестораны, кафе, бары, конференц-залы, площадки для проведения развлекательных программ и т.д. Средняя стоимость аренды теплохода на сутки составляет от 15000 рублей. Вместимость одного теплохода в среднем 300 мест, где в каждой каюте имеются все удобства: туалет, душ, телевизор, кондиционер. Немаловажен тот факт, что строительство стадиона предполагается на Стрелке, на берегу реки, где как раз можно расположить теплоходы с гостями. На данный момент в Нижнем Новгороде средняя цена за номер в отеле составляет примерно 3700 рублей, и, скорее всего, во время ЧМ-2018 она значительно увеличится. И хотя цены на каюты, наверное, будут не намного ниже, плавучая гостиница имеет свои плюсы. Кроме экзотического размещения на природе и красивой панорамы на речные просторы у отеля на корабле есть еще одно преимущество – он будет располагаться в непосредственной близости от места проведения матчей по футболу, что, несомненно, является привлекательным для болельщиков.

В настоящее время в Нижегородской области речными круизами занимаются только две организации – «Гама» и «Волга-Флот-Тур». «Волга-Флот-Тур» весь свой флот держит на Волге, поделив его между Нижним Новгородом и Самарой. Это шесть теплоходов: четырехпалубные «Георгий Жуков» и «Михаил Фрунзе». «Гама» использует двух- и трехпалубные суда: «Алдан», «А. Свешников», «А.С. Попов», «Октябрьская Революция», «Афанасий Никитин», «Иван Кулибин». Можно привлечь и другие компании, которые смогут и захотят предоставить свои теплоходы на время проведения ЧМ 2018.

Таким образом, теплоходы предоставят дополнительные места для размещения гостей на время проведения ЧМ 2018, а затем снова продолжат свою работу, тогда как большинство отелей, скорее всего, останутся без постояльцев.

Библиографический список

1. Интернет-ресурс: <http://www.nta-nn.ru/>
2. Интернет-ресурс: <http://prohotel.ru/news>
3. Интернет-ресурс: <http://www.tripadvisor.ru>
4. Интернет-ресурс: <http://www.city-of-hotels.ru>

ЧТО ОСТАНЕТСЯ НИЖНЕМУ НОВГОРОДУ ПОСЛЕ ЧЕМПИОНАТА МИРА

*Сироткин В.Б., к.т.н., доцент,
Патокина Н., студентка гр. БМ-33-10
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

То, что Нижний Новгород вошел в число городов, где пройдут игры чемпионата мира по футболу 2018 года, является как позитивным, так и негативным фактором. Запланировано освоение 278 млрд. рублей, часть из которых составят средства федерального бюджета. Основным инфраструктурным сооружением, несомненно, станет стадион на 45 тысяч мест. В связи с проведением чемпионата мира глобальные перемены ожидаются в транспортной инфраструктуре Нижнего Новгорода. Будут отремонтированы дороги, планируется строительство новых эстакад, виадуктов, автодорог, транспортных развязок (трехъярусная развязка с Канавинского моста), железнодорожных путей, современных парковок, расширение существующих автомагистралей, строительство метро. К чемпионату мира будет реконструирован железнодорожный вокзал, полностью обновится инфраструктура аэропорта (строительство багажного терминала, новой взлетной полосы). Можно с большей долей уверенности утверждать, что в городе появится обновленный общественный транспорт, планируется также запуск современных скоростных поездов.

Планируется строительство новых гостиниц. Этот факт может поспособствовать росту конкуренции в сфере гостиничного бизнеса. Это хорошая мотивация для уже существующих на рынке средств размещения. Гостиницы, в связи с возросшей конкуренцией, начнут улучшать качество сервиса, работу персонала, расширять инфраструктуру, увеличивать комплекс дополнительных услуг, обновлять уже устаревший номерной фонд. Приоритетным должно стать строительство не только пятизвездочных гостиниц, а экономичных хостелов, чтобы болельщики, среди которых, будет много молодежи, могли получить комфортабельное и недорогое проживание. На сегодняшний день, в Нижнем Новгороде наблюдается недостаток таких отелей. Кроме плюсов для города в инфраструктурной составляющей, нельзя не заметить, что чемпионат мира привлечет в город инвестиции, увеличит турпоток на территорию города, а, следовательно, вырастут и налоговые поступления в бюджет.

Безусловно, подготовка и проведение такого крупного мероприятия даст определенный толчок для развития города.

Во-первых, Нижний Новгород получит тысячи новых рабочих мест, связанных со строительством к чемпионату мира инфраструктурных объектов (метро, автомобильные транспортные развязки, аэропорт, гостиницы, кафе и рестораны).

Во-вторых - приход в город серьезных инвестиций из федерального бюджета. Также ожидается солидный рост инвестиций в сферу сервисных услуг города от частных инвесторов.

Третий положительный фактор - создание в микрорайоне Мещерское озеро нового городского центра деловой активности, который в будущем сможет несколько разгрузить давно перенасыщенный людьми и офисами исторический центр Нижнего Новгорода.

Четвертый плюс – дальнейшее развитие метро, которое не только обеспечит удобную доставку болельщиков на стадион, но и будет продолжено в нагорной части города.

Пятый плюс - современный стадион на Стрелке. Для скептиков, которые утверждают, что большой стадион якобы останется невостребованным после чемпионата мира, демонстрируется вариант его последующей трансформации в компактный объект на 15-20 тысяч мест с переоборудованием верхних ярусов в спортивные и конференц-залы, с многофункциональным использованием прилегающей территории в интересах жителей.

Шестой плюс. Как известно, экспертам FIFA не очень понравился внешний вид автобусов, которые движутся по городу сегодня. Поэтому в связи с проведением чемпионата предполагается пополнить городской автобусный парк за счет экологически чистых автобусов, движущихся по выделенной полосе без пробок.

Седьмой плюс - о Нижнем Новгороде наконец-то узнают серьезные иностранные инвесторы, многие из которых, несмотря на многочисленные усилия региональных властей до сих пор не очень хорошо представляют, чем знаменит Нижний Новгород и, где он вообще находится.

Чемпионат мира по футболу 2018 году, несомненно, разовьет туристический потенциал Нижнего Новгорода, но нельзя не заметить негативные моменты в проведении такого масштабного мероприятия на территории нашего города. Во-первых, актуальность инфраструктуры после проведения чемпионата. На сегодня средняя заполняемость нижегородских гостиниц составляет около 60%. Что будет с отелями, построенными к чемпионату, будут ли и дальше в наш город приезжать большое количество гостей? Этот вопрос должен остро встать перед администрацией города. Проведение такого масштабного мероприятия – это шанс для Нижнего Новгорода. Это событие необходимо использовать для дальнейшего развития города. Чтобы привлечь туристов, нужна программа, которая не должна ориентироваться только на чемпионат мира по футболу 2018 года.

В-третьих, в связи с проведением Чемпионата мира, возможна утрата городского колорита, самобытности Нижнего Новгорода. Исторические памятники архитектуры могут пострадать из-за масштабного строительства и необдуманных, поспешных решений администрации города.

К сожалению, на сегодняшний день наш город не готов к приему иностранных туристов: на улицах нет вывесок на английском языке, в ресторанах отсутствует англоязычное меню, персонал не владеет иностранными языками. Цены на нижегородские гостиницы раза в два выше, чем в городах Европы, а качество оставляет желать лучшего. Это и многое другое необходимо улучшать и развивать в городе. Для Нижнего Новгорода необходимо на максимально высоком уровне провести чемпионат мира, и тем самым попасть в список городов, которые являются значимыми местами для посещения.

Тем не менее, проведение чемпионата мира по футболу в Нижнем Новгороде – это положительное явление во всех смыслах. Оно имеет больше плюсов, чем минусов. И не только в том отношении, что нижегородцы смогут увидеть воочию яркие игры команд, которые ранее они могли видеть только по телевизору.

Безусловные плюсы для региона состоят в том, что к чемпионату мира будет создана инфраструктура, которая продолжит функционировать в интересах нижегородцев. Кроме материальных объектов от проведения чемпионата мира должна остаться культурная составляющая. Это может быть музей чемпионата мира 2018. Он не только будет напоминанием о знаменательном событии, но и послужит еще одним знаковым местом привлечения туристов в Нижний Новгород.

Библиографический список:

1. Интернет-ресурс: <http://www.nta-nn.ru>
2. Интернет-ресурс: <http://www.gazeta.ru/sport>
3. Интернет-ресурс: <http://expert.ru>

МЕНЕДЖМЕНТ БЕЗОПАСНОСТИ МАССОВЫХ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

*Фетисов В.Д., д.э.н., профессор,
Фетисова Т. В., к.э.н., доцент
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Одним из важнейших объектов туризма являются массовые отечественные и международные спортивные мероприятия, такие как летние и зимние олимпиады, различные чемпионаты, универсиады и другие. Их проведение связано с участием десятков тысяч граждан, сотен организаций, городов, субъектов страны и государств, а также сохранностью и использованием огромных жизненных ценностей, исчисляемых миллиардами рублей. Все это порождает в условиях ограниченности жизненных благ проблемы безопасности людей, имущества и общества, успешное решение которых во многом зависит от качества менеджмента безопасности. Особое значение в системе

обеспечения безопасности имеет противодействие криминальным и террористическим угрозам. Их изучение и анализ представляется чрезвычайно важным в теоретическом и практическом плане при подготовке и проведении спортивных мероприятий.

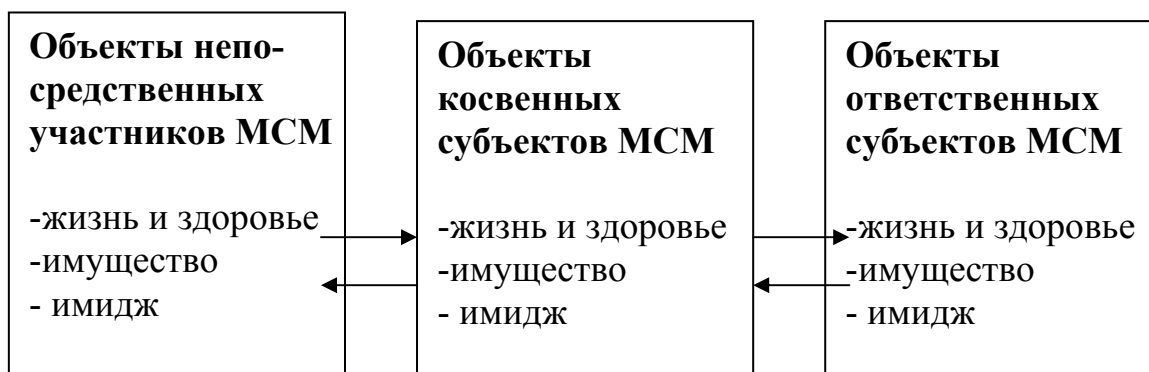
Затраты на безопасность массовых спортивных мероприятий (МСМ) неуклонно растут и составляют в настоящее время 10-30% стоимости их проведения. Так, на безопасность олимпиады 2014 в Сочи выделяется 2 млрд. долл. из 10 млрд. долл., ранее планируемых на всю олимпиаду. Тем не менее, в мировом рейтинге безопасности туризма Россия занимает 139-е место.

Для эффективного менеджмента безопасности необходимо, прежде всего, выяснить ее экономическое содержание. *Безопасность представляет собой экономическое явление, выражающее отношения по поводу движения стоимости жизненных благ экономических субъектов МСМ.* Ее суть составляет взаимодействие блока субъектов и блока объектов в целях обеспечения сохранности человеческих, духовных, социальных и имущественных ценностей. Система субъектов МСМ представлена на рисунке 1.



Рис.1. Система субъектов безопасности МСМ России

Все субъекты МСМ находятся в тесной связи и взаимодействии. Поэтому каждый из субъектов, от отдельного спортсмена и тренера до персонала гостиницы и части населения города, кроме своего прямого назначения может выступать и в качестве криминального элемента. Блок объектов безопасности МСМ показан на рисунке 2.



В условиях рыночной экономики все объекты безопасности приобретают прямое (посредством цены) или косвенное (через финансовые инструменты) денежное выражение. Соответственно, любое массовое спортивное мероприятие, в конечном счете, сводится к комплексу экономических интересов и рисков различных субъектов. Защита имущественных интересов и регулирование рисков лежит в основе менеджмента безопасности МСМ. Главная его задача – создание комплекса организационных, физических, технических, социальных, духовных и экономических мероприятий, обеспечивающих нормальное проведение МСМ.

Важными условиями качественного менеджмента безопасности являются:

- наличие ясных научно обоснованных комплексов правового (международных, национальных, местных и других нормативно-правовых документов) нормативного и информационного обеспечения, как личной безопасности, так и сохранности имущества;
- комплексное использование классических управленческих функций (организация, прогнозирование, планирование, мотивация, оперативное регулирование, учет, отчетность, контроль);
- системная разработка целевых сфер менеджмента, в том числе маркетинга, инновационного менеджмента, спортивного менеджмента, финансового менеджмента и других;
- наличие четкой системы бюджетирования безопасности МСМ;
- использование отечественного и мирового опыта обеспечения безопасности МСМ;

Максимальный учет отмеченных факторов позволит создать действенную и эффективную систему менеджмента безопасности различных МСМ, в том числе и предполагаемых к проведению в Нижнем Новгороде.

БОЛЬШОЙ ФУТБОЛ – БОЛЬШИЕ ПРОБЛЕМЫ? (НАВСТРЕЧУ ПРОВЕДЕНИЮ МАТЧЕЙ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ 2018 ГОДА В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ)

*Шимин Н.А., ст. преподаватель
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Предстоящий в 2018 году чемпионат мира по футболу в России будет событием уникальным. Во-первых, впервые в истории мировое футбольное первенство пройдет в стране из Восточной Европы. Во-вторых, благодаря уникальной российской географии и попаданию Екатеринбурга в число городов, принимающих матчи чемпионата, игры

финальной части мундиаля пройдут одновременно в двух частях Света – Европе и Азии [3]. В-третьих, впервые столь значимое спортивное соревнование пройдет на территории нашей страны не только в Москве и Санкт-Петербурге (уже принимавших довольно крупные состязания мирового уровня), но и в девяти других российских городах. В их число попал и Нижний Новгород, на новом футбольном стадионе которого на 45 тысяч мест, пройдут матчи группового этапа мирового первенства [2]. Подготовка и проведение столь масштабного и представительного мирового футбольного мероприятия требует всесторонней оценки и глубокого анализа возможных перспектив, преимуществ, а, в особенности, потенциальных проблем, с которыми могут столкнуться как туристы-болельщики, так и нижегородцы.

Все возможные проблемы, связанные с проведением на территории города матчей чемпионата мира можно разделить на несколько групп, большинство из которых тесно связаны и перекликаются между собой:

1. Первая группа проблем связана с подготовкой территории города к предстоящему мировому футбольному форуму. Эти проблемы можно назвать **инфраструктурными**. Они связаны, прежде всего, с необходимостью строительства стадиона, на котором будут проводиться игры чемпионата, а также сопутствующей транспортной инфраструктуры и дополнительных средств приема и размещения. К числу этих проблем следует отнести:

- значительные финансовые вложения в строительство нового стадиона из городского и областного бюджетов (при этом следует учитывать достаточно длительный срок окупаемости подобных объектов);

- серьезные неудобства для нижегородцев, связанные со строительством новых и реконструкцией существующих транспортных магистралей (изменение схемы движения транспорта, частичное или полное перекрытие дорог, повышение нагрузки на существующие транспортные артерии города);

- удорожание стоимости земли и, соответственно, жилья в районе вновь построенного стадиона (по данным зарубежных исследователей, квартиры рядом со стадионом показывают среднегодовой рост стоимости в 14% [1]).

2. Вторая группа проблем (их можно назвать **социальными**), связана с прибытием в город довольно большого количества иностранных туристов-болельщиков, а также значительного числа жителей других регионов России и ближнего зарубежья как на сами соревнования, так и с целью возведения спортивных сооружений и средств приема и размещения. Среди этих проблем можно выделить:

- возможные конфликты между местным населением и прибывающими в город туристами-иностранцами (вызванные разницей менталитетов, традиций и культурных установок);

– повышение уровня городской преступности (увеличение количества преступлений по отношению к гостям города и противозаконные действия с их стороны, повышение социальной напряженности);

– увеличение стоимости жизни в городе (повышение цен на товары и услуги в расчете на получение дополнительной прибыли от туристов).

3. И, наконец, третья группа проблем связана с негативным воздействием прибывающих в город туристов на окружающую среду (**экологические проблемы**). Сюда следует отнести:

– увеличение нагрузки на городские достопримечательности и зеленые зоны (вследствие существенного усиления туристского потока);

– ухудшение экологической ситуации в городе (увеличение количества транспортных средств, повышение уровня загрязненности окружающей среды отходами жизнедеятельности туристов);

– увеличение расхода городских природных ресурсов (воды, электроэнергии) и нагрузки на городские коммуникации.

Таким образом, подготовка и проведение матчей чемпионата мира по футболу 2018 года на территории Нижнего Новгорода сопряжены с немалым количеством потенциальных трудностей, полный перечень которых, естественно, не ограничивается только выше рассмотренными проблемами. Успешность их преодоления будет зависеть от своевременности их осознания, всестороннего анализа и нахождения эффективных способов по их устранению или сглаживанию.

Библиографический список:

1. Астафьев П. Жилье рядом со стадионом дорожает быстрее [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.championat.com/business/article-143972>
2. Стадион Стрелка [Электронный ресурс] // Википедия: свободная энциклопедия. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
3. Чемпионат мира по футболу 2018 [Электронный ресурс] // Википедия: свободная энциклопедия. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>

4. ВИДОВОЕ РАЗНООБРАЗИЕ ТУРИЗМА

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ТУРИЗМ: ПУТЕШЕСТВИЕ С ЛЮБИМОЙ КНИГОЙ

Балахонова Е.В., к.э.н., доцент,

Волкова Е.Г.

ФГБОУ ВПО «Пензенский государственный университет»

г. Пенза Пензенской области, Россия

Каждая страна, которая внесла весомый вклад в развитие мировой литературы, гордится своим наследием и использует этот потенциал для развития как внутреннего, так и въездного туризма. Однако на протяжении долгого времени значительная часть предлагаемого рынку турпродукта была довольно традиционной и однотипной: посещение дома (квартиры)-музея поэта (писателя) в сопровождении экскурсовода, рассказывающего о его жизненном и творческом пути. Не удивительно, что ажиотажным спросом со стороны массового, особенно молодого, туриста такие экскурсии, как правило, не пользовались, в связи, с чем возникла необходимость более творческого подхода к формированию литературного турпродукта.

В последние годы ситуация изменилась, стало активно использоваться понятие «литературный туризм», содержание которого значительно расширилось. В рамках данного вида туризма создаются тематические туры, позволяющие путешественникам исследовать места, в которых жили великие поэты и писатели, или с которыми связана сюжетная линия их произведений. Поездки с этими целями становятся все более популярными, можно сказать, что сегодня литературный туризм буквально процветает в некоторых государствах.

Британский туристический сайт «Посетите Британию» опубликовал рейтинг [1], в который вошли десять городов мира, наиболее часто посещаемых любителями преимущественно классической литературы, причем три первые позиции в нем занимают расположенные именно на туманном Альбионе города. Россия в этот рейтинг вошла благодаря весьма популярному на Западе Достоевскому и представлена Санкт-Петербургом.

1. Лондон (Великобритания) – Ч. Диккенс, Дж. Чосер, Дж. Китс, Г. Уэллс;
2. Стратфорд-на-Эйвоне (Великобритания) – У. Шекспир;
3. Эдинбург (Великобритания) – А.К. Дойль, В. Скотт, Р.Л. Стивенсон, Дж. Роулинг;
4. Дублин (Ирландия) – Дж. Джойс, С. Беккет;
5. Нью-Йорк (США) – А. Миллер, Дж. Керуак, А. Гинзберг, З.Н. Херстон, Л. Хьюз;
6. Конкорд (США) – Р.У. Эмерсон, Г.Д. Торо, Н. Готорн, Л.М. Олкотт;

7. Париж (Франция) – Вольтер, В. Гюго, А. Дюма, О. де Бальзак;
8. Сан-Франциско (США) – Г. Миллер, Д. Керуак, А. Гинзберг;
9. Рим (Италия) – Вергилий;
10. Санкт-Петербург (Россия) – А.С. Пушкин, Н.В. Гоголь, Ф.М. Достоевский, Н.С. Гумилев, А.А. Ахматова.

Не менее популярны у туристов и места, связанные с экранизированными в последние годы произведениями. Так, видеотрилогия «Властелин колец», снятая по книгам Джона Толкиена, стала не только культовым кинофильмом, но и породила в Новой Зеландии, где проходили съемки, так называемый «Фродо-туризм» (по имени главного героя произведения). С начала 2000-х гг. тысячи туристов из разных стран мира ежегодно приезжают в «Средиземье», чтобы в жизни, а не на экране или на страницах книги, увидеть места, где «жили» гномы, эльфы, гоблины и хоббиты, а также узнать о том, как снимался фильм. Турпоток настолько масштабен, что во многих районах страны это привело к экономико-туристическому буму: открытию новых ресторанов, гостиниц и развитию международных связей.

Современный литературный туризм не оставляет без внимания и глубоких знатоков литературы: в ассортименте европейских и американских турфирм есть не только маршруты по следам героев знаменитых книг или создавших их авторов, но и туры, дающие путешественникам возможность по-новому приобщиться к миру художественного слова – принять участие в семинарах и чтениях, а также посетить лекции литературоведов.

В России, в отличие от западных стран, понятие «литературный туризм» еще недостаточно широко используется субъектами туристического рынка, да и литературные туры, как таковые в нашей стране пока отсутствуют. Сегодня нельзя выделить туроператорские компании, которые занимались бы каким-то одним литературным направлением, однако существует множество турфирм, отправляющих своих клиентов в литературные провинции, в частности туроператоры по внутреннему туризму «Апогей» и «Альянс-Тур», а также большинство других туроператоров, работающих по основным массовым направлениям.

Любителям российской словесности и тем, кто только приобщается к ней, предоставляется две возможности: посетить литературный музей или побывать на литературной экскурсии.

Большинство посещаемых туристами музеев литературно-мемориальные, включающие в себя мемориальные комплексы: строения, квартиры, усадьбы, в которых хранятся и экспонируются личные вещи поэтов и писателей, а также их рукописи, автографы, различные документы и прижизненные издания; реконструируются условия жизни и быта, воспроизводится атмосфера, в которой создавались великие произведения. По такому принципу, например, построены Государственный мемориальный и природный заповедник «Музей-усадьба

Л.Н. Толстого «Ясная Поляна»» (Тульская обл.) и Государственный музей-заповедник М.А. Шолохова в Вёшенской (Ростовская обл.).

Надо сказать, что сотрудники этих, как и многих других российских литературных музеев, делают все возможное, чтобы, идя в ногу со временем и проявляя клиенториентированность (так, на сайте музея-заповедника М.А. Шолохова читаем: «Главный принцип нашей работы – учесть все разнообразие интересов и возможных предпочтений гостей, от наслаждения комфортом и образцами культуры мирового уровня до возможности погрузиться в мир девственной природы или традиционный уклад жизни донских казаков») [3], сохранять и пропагандировать наше духовное наследие.

Кроме того, в литературно-музейном деле выделяется еще одно направление – создание музеев литературных произведений и их отдельных персонажей. Россия пока явно недоиспользует имеющийся у нее богатейший потенциал, из имеющегося же следует упомянуть следующее [2]:

1. Расположенный в Москве по адресу: ул. Садово-Спасская, д. 10, Государственный музей М.А. Булгакова, более известный как «Нехорошая квартира». Это культовое для поклонников романа «Мастер и Маргарита» место уже давно воспринимается как памятник его героям. Отличительная особенность музея – его подвижность, изменчивость и открытость: экспозиции постоянно меняются, добавляются новые экспонаты, жизнь бурлит.

2. Расположенный в Козьмодемьянске (республика Марий Эл) Музей сатиры и юмора им. О. Бендера. Несмотря на более широкое название, он посвящен роману Ильфа и Петрова «12 стульев» и его главным героям. Козьмодемьянск стал прообразом провинциального городка Васюки, который Бендер мечтал превратить в мировой центр шахматной мысли. Теперь в музее можно проследить, чем занимались Остап и Киса Воробьянинов в Васюках, а также узнать, что из обещанного Остапом все-таки сбылось.

3. Расположенный в д. Выра (Ленинградская обл.) музей «Дом станционного смотрителя» – это первый в России музей, создававшийся именно, как музей литературного героя. По архивным документам и повести А.С. Пушкина «Станционный смотритель» здесь воссоздана атмосфера почтово-дорожного быта XIX в. В то время здесь проходил Белорусский почтовый тракт, а Выра была третьей станцией от столицы, где путники отдыхали и меняли лошадей.

Что же касается литературных экскурсий, то упомянем некоторые из тех, на которых можно побывать, находясь в обеих российских столицах.

В Москве одна из главных тем литературных экскурсий – творчество М.А. Булгакова. В рамках экскурсии предлагается путешествие в мир Москвы писателя и его литературных героев, главным объектом показа является упомянутая выше «нехорошая квартира». К числу наиболее

популярных экскурсий также относятся (значительную часть их целевой аудитории составляют школьные группы):

1. «Здесь когда-то Пушкин жил» (с посещением музея-квартиры поэта).

2. «Москва литературная» (экскурсанты знакомятся с богатством русской литературы XIX – начала XX вв., созданным А.С. Пушкиным, М.Ю. Лермонтовым, Н.В. Гоголем, Л.Н. Толстым, А.П. Чеховым, посещая памятники писателям, их музеи-квартиры и улицы, связанные с их жизнью и творчеством).

3. «Грибоедов в Москве» (экскурсия рассказывает о жизни и творчестве А.С. Грибоедова: его произведении «Горе от ума» – в ходе посещения дома, где родился писатель, Английского клуба и дома Фамусова).

4. «По следам героев романа «Война и мир»» (экскурсия посвящена жизни и творчеству Л.Н. Толстого, а также его произведению «Война и мир», по ее ходу посещаются места, связанные с романом: дома Ростовых и Волконского, Калужская застава).

Одна из главных тем литературных экскурсий по Санкт-Петербургу – жизнь и творчество А.С. Пушкина. Экскурсанты посещают Царское село, особняки, в которых жил и бывал поэт, место дуэли и Конюшенную церковь, в которой его отпевали. Также в Петербурге проводятся экскурсии, посвященные М.Ю. Лермонтову, Ф.М. Достоевскому, А.С. Грибоедову и другим российским литераторам.

Отдельно в сфере литературного туризма хотелось бы выделить Пензу и Пензенскую область, поскольку литературный небосклон нашего региона украшают ярчайшие звезды: М.Ю. Лермонтов, А.Н. Радищев, В.Г. Белинский, И.И. Лажечников, А.И. Куприн, М.Е. Салтыков-Щедрин, Н.С. Лесков, Д.В. Давыдов, М.Н. Загоскин. Кто-то из них связан с Пензой своими корнями, кто-то бывал здесь по делам, но все они оказали весьма значительное влияние на литературную жизнь нашего города.

Большой популярностью не только среди местного населения, но и среди приезжающих в Сурский край туристов, пользуются экскурсии, связанные с посещением мест проживания и процессом творчества великих деятелей литературы. У туристов есть возможность выбора: от посещения музеев-усадб, к примеру «Тархан» или «Радищева», до участия в симпозиумах, чтениях и литературных праздниках, посвященных памятным датам известных писателей и поэтов, проходящих в Литературном музее.

Пензенские турфирмы, специализирующиеся на внутреннем туризме (туроператоры «Интурист», «Беркут» и небольшое количество турагентств), предлагают различные варианты проведения литературных экскурсий: как однодневные, так и рассчитанные на более продолжительный период. Туристы посещают не только областной центр, но и близлежащие населенные пункты и места остановок, известных всем россиянам творцов отечественной литературы. Книголюбам знакомятся с

родовой вотчиной предков А.С. Пушкина в селе Большое Болдино, единственным в России домом-музеем писателя А.И. Куприна в Наровчате, растворяются в эпохе лермонтовского времени и кружатся в вальсе на балу в музее-заповеднике «Тарханы». Сотрудники музеев и гиды-экскурсоводы не стоят на месте, постоянно совершенствуют предлагаемые рынку турпродукты. Особенно в этом плане хотелось бы выделить Государственный Лермонтовский музей-заповедник «Тарханы».

Подводя итог, хочется выразить надежду, что имеющая богатейшее культурное, в частности литературное, наследие Россия, займет достойное место в ряду дестинаций, ежегодно привлекающих значительное количество как внутренних, так и международных туристов, желающих насладиться путешествием со страниц любимых книг в реальность, или наоборот, отправляющихся после совершенного путешествия в библиотеку (пусть даже и виртуальную) за пока еще не прочитанной книгой.

Библиографический список:

1. Литературный туризм как вид путешествий // Словари XXI века [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://slovari21.ru/news/literaturnii_turizm_kak_vid_puteshestvii.
2. Музеи литературных героев // Ежедневная электронная газета Wikers Weekly [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wikers.ru/weekly/life/8021/>.
3. Сайт Государственного музея-заповедника М.А. Шолохова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sholokhov.ru/museum/excursions/>.

ДОСТУПНОСТЬ ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ ДЛЯ МАЛОМОБИЛЬНЫХ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ

Буланов А.С., Роганян Р.Р.

Нижегородская региональная общественная организация культурно, социально-трудовой реабилитации инвалидов опорников и колясочников «Инватур», Россия

Россия в 2012 году подписала Конвенцию ООН о правах инвалидов, в которой предусматривается создание предпосылок для обеспечения инвалидам доступа наравне с другими к физическому окружению, к транспорту, к информации и связи, включая информационно-коммуникационные технологии и системы, а также к другим объектам и услугам, открытым или предоставляемым для населения. Это касается и туристских услуг, так как туризм является уникальным средством рекреации и реабилитации для лиц с ограниченными возможностями здоровья: создает двигательную активность, расширяет круг общения, повышает самооценку, способствует развитию личности [2].

Говоря о потенциальных потребителях услуг в этом сегменте, не следует ограничиваться только людьми с той или иной группой

инвалидности. К категории «маломобильные группы населения» относятся инвалиды, люди с временным нарушением здоровья, беременные женщины, люди преклонного возраста, люди с детскими колясками и т.п. [3]. Сюда же следует отнести членов их семей, друзей, так как зачастую решение о групповой поездке принимается, исходя из проблем участника, имеющего особые потребности. По оценкам специалистов, на долю путешествующих с ограниченными физическими возможностями туристов приходится около 7% мировых турпотоков и около 11% всех туристских поездок по Европе. За рубежом - это один из самых динамично развивающихся сегментов туристского рынка [1].

В России это направление находится в начале своего развития. Проблема развития туризма для маломобильных групп населения состоит в низком уровне архитектурной и информационной доступности как туристских ресурсов, так и инфраструктурных объектов (транспорт, гостиницы, предприятия общественного питания и др.). По существующим нормативным документам при оценке категории гостиниц учитывается наличие или отсутствие сервиса для инвалидов, но конкретные требования с учетом особенностей различных категорий лиц с ограниченными возможностями здоровья не предъявляются.

НРООИ «Инватур» проводит обследование различных объектов на предмет их доступности для маломобильных групп населения, создана «Лаборатория инклюзивного дизайна». В процессе обследования проводится инструментальный контроль объекта на предмет соответствия действующим нормативам, а также привлекаются эксперты с различными формами инвалидности, которые высказывают свое мнение об архитектурной, организационной и информационной доступности. Составленный в результате отчет позволяет получить развернутую картину доступности того или иного объекта для лиц с различными формами ограничения жизнедеятельности, а также дать рекомендации по устранению существующих барьеров.

Применение такой методики с использованием балльной системы для туристских ресурсов, объектов туристской индустрии позволит оценить доступность объектов для каждого человека с ограниченными физическими возможностями. Например, музей может быть оснащен аудиогидом и тактильными этикетками для незрячих посетителей, но в силу архитектурных особенностей недоступен для инвалида, передвигающегося на коляске. Знание персоналом гостиницы элементов жестового языка – важный фактор для незлышащих. Красивые пейзажи вряд ли вызовут интерес у незрячего экскурсанта при отсутствии у гида навыков работы с такой категорией лиц. Информация об этом должна быть открыта, чтобы человек с ограниченными физическими возможностями смог самостоятельно принять решение о выборе того или иного маршрута. НРООИ «Инватур» имеет опыт создания карты доступности городских объектов, доступной через Интернет.

Работа по обеспечению доступности туристских услуг для маломобильных групп населения требует комплексного системного подхода, учитывающего особенности потребностей различных категорий лиц.

Библиографический список:

1. Бавельский А. Д. Доступная среда как фактор развития и безопасности безбарьерного туризма / А. Д. Бавельский, И. В. Зорин, А. И. Сеселкин // Туризм: право и экономика. - 2012. - № 1. - С. 2-5.
2. Бастрыкина А.В. Туризм в системе реабилитации и социальной интеграции пожилых и людей с ограниченными возможностями. - М., 1999. -132 с.
3. СП 59.13330.2012. Свод правил. Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения. Актуализированная редакция СНиП 35-01-2001. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.lidermsk.ru/documents/196/>

ТУРИЗМ КАК СПОСОБ БОРЬБЫ СО СТРЕССОМ

*Горева М.Г., ст. специалист группы кадрового администрирования
ЦО по УП в г.Н.Новгороде ЗАО "Гринатом"
Общий центр обслуживания Госкорпорации "Росатом"*

Современная жизнь во всех своих проявлениях очень часто вызывает у человека отрицательные эмоции. Смена обстановки всегда считалась специалистами по психологии одним из лучших источников от депрессии. Жизнь большинства людей однообразна. Человек живет в одном ритме, он устает от рутины и начинает совершать ошибки в работе, становится раздражительным и невнимательным к родным и близким людям. Так почему же мы не относимся к путешествиям, не только как способу время проведения, но и как мероприятию, полезному для психологического здоровья. Попробуем выделить несколько факторов, благоприятно влияющих на устойчивость нашей психики.

Итак. Прогулки по новым и неизвестным местам помогают вернуть наблюдательность, способность видеть красоту окружающего мира. В повседневной жизни мы вряд ли замечаем что-то интересное: те же люди, те же дома, те же улицы. Другое дело – незнакомые пейзажи, шедевры архитектуры, животные, ландшафтные и дизайнерские идеи. Не стоит забывать, что в свободное от переживаний и ежедневных проблем время обостряется чувство восприятия прекрасного, что приводит к оздоравливающему эффекту.

Перестройке способствуют и новые знакомства, общение с новыми людьми, при этом совершенно неважно кем будут эти новые знакомые: попутчики, местные жители, обслуживающий персонал отеля. Новые

знакомства заставляют подстраиваться под новые обстоятельства, тем самым расширяя кругозор и тренируя новые навыки.

Путешествия развивают чувство независимости и доводят до совершенства навыки выживания. Находясь вне зоны комфорта, люди действительно начинают думать самостоятельно, поскольку ответственность за то, чтобы успеть на рейс, проследить за документами, не потеряться в незнакомом городе, где говорят не на родном языке, целиком и полностью ложится на плечи туристов. Нестандартные ситуации заставляют искать и нестандартные варианты действий, появляются новые идеи, новые взгляды на мир. Человеческий организм начинает использовать те ресурсы, которые раньше были не задействованы. И это приводит к выздоровлению. Не зря врачи советуют: лучше не дожидаться болезни, а время от времени проводить профилактику, т.е. менять обстановку, проводя отпуск не дома на диване, а в незнакомых, интересных местах.

В качестве способов борьбы со стрессом можно рассматривать отдых, связанный с выбросом большого количества адреналина в кровь: экстремальный спорт, восхождение на гору, прыжки с парашютом. Если позволяет здоровье, специалисты рекомендуют использовать такой способ даже тем, кто не любит экстремальные переживания, так как в этом случае происходит эффективная переоценка ценностей и ощущение яркости и полноты жизни.

Вовсе не обязательно совершать путешествие в дальние страны. Можно отдохнуть возле озера или реки где-нибудь за городом, поехать на дачу или же просто погулять по городу, ведь это тоже, в своем роде, маленькое путешествие. А самое главное – это помнить, что все проблемы временные, и каждое препятствие можно преодолеть.

Библиографический список:

1. Китаев-Смык Л.А. Психология стресса. Психологическая антропология стресса. – М. Академический проспект, 2009. – 943 с. - (Технологии психологии).
2. Щербатых Ю.В. Психология стресса и методы коррекции. – СПб: Питер, 2006. – 262 с.

АГРОТУРИЗМ И ЕГО ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПРИ СОЗДАНИИ КОМПЛЕКСНОГО ТУРПРОДУКТА

*Калинина Е.Н., к.полит.н., доцент
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Агротуризм - это явление относительно новое, существующее около 40 лет, но лишь в последнее десятилетие, получившее бурное развитие за рубежом, и ставшее узнаваемым в России. Агротуризм - это вид

деятельности, организуемый в сельской местности, при котором формируются и предоставляются для приезжих гостей комплексные услуги по проживанию, отдыху, питанию, экскурсионному обслуживанию, организации досуга и спортивных мероприятий, занятиям активными видами туризма, организации рыбалки, охоты, приобретению знаний и навыков. Агротуризм ориентирован на использование ресурсов сельской местности - сельскохозяйственных, природных, культурно-исторических и ее специфики для создания комплексного туристского продукта. Как туристский продукт, сельский туризм предлагает целый пакет услуг, начиная от размещения в сельском доме, экскурсий, питания и заканчивая активным участием в сельской жизни [1].

В практике развития туристической отрасли во многих странах экотуризм и агротуризм – взаимодополняющие и взаимосвязанные понятия. Более того, как свидетельствует европейский опыт, уже есть примеры организаций, включивших этот термин в свое название (например, European Centre for Eco Agro Tourism - ECEAT).

При наличии разнообразных видов и особенностей сельского туризма, его классическая модель предполагает, что организацией туризма на селе занимаются исключительно фермеры или члены их семей, извлекающие из этого дополнительный доход, но не меняющие при этом своего производственного профиля. Гостю предлагают проживание в сельской местности и знакомство с жизнью и бытом фермеров. Туристы некоторое время ведут сельский образ жизни среди природы, знакомятся с ценностями народной культуры, прикладного искусства, с национальными песнями и танцами, местными обычаями, принимают участие в традиционном сельском труде, народных праздниках и фестивалях.

Существует несколько значительно отличающихся концепций агротуризма, преследующих разные цели и ориентированных на разные задачи, выработанных в соответствии с конкретными условиями и практикуемых в разных группах стран. Различают следующие модели организации агротуризма по национальному колориту: британская, французская, итальянская, германская. Британская модель представляет интерес, прежде всего, особой системой размещения туристов, при этом включают пешеходные и велосипедные прогулки, катание на пони для детей, игра в футбол, крикет, и очень популярные в Великобритании верховую езду и гольф.

Во французской модели основным средством размещения туристов являются маленькие коттеджи-апартаменты. Французы предпочитают самостоятельно готовить себе еду, используя экологически чистые сельские продукты. Еще в 1971 году во Франции была создана ассоциация "Туризм в сельской местности", координирующая организацию сельского туризма в национальном масштабе.

Германской модели присуща особая организация размещения туристов в сельской местности. Гости предпочитают находиться непосредственно в хозяйских домах, а строительство новых коттеджей в

сельских районах не очень практикуется. Для немцев типичны следующие формы организации досуга: помощь хозяевам по хозяйству, уход за животными, проведение пикников, рыбалка [3].

Белорусы активно осваивают сельский туризм. В стране понимают, что сельский туризм – это неплохая возможность заработать не только владельцам усадеб, но и всей стране в целом. Если иностранец решил отдохнуть в агроусадьбе, то получается туристическая цепочка: расходы на визу, авиаперелет, трансфер из аэропорта и в аэропорт, гостиница, питание, трансфер до усадьбы, услуги переводчика и др. Сегодня турист стал разборчив – ему уже мало ночлега и питания. Гостям белорусских сельских усадеб помимо «чарки и шкварки» предлагают покататься на лодках, сходить на рыбалку, поучаствовать в традиционных национальных обрядах и играх, попробовать национальной кухни. Спрос постепенно изменяет саму концепцию сельского туризма, который превращается для многих сельских жителей в основной вид деятельности со всеми необходимыми для турбизнеса атрибутами: рекламой, маркетингом, ценовой политикой, квалифицированными кадрами и т.п. [1].

Агротуризм – явление совершенно новое для нашей страны. Он выгоден для государства как возможность организации дополнительных рабочих мест в сельской местности посредством устройства маленьких гостиниц, занятости молодёжи в сельской местности, сохранение малых населённых пунктов, стимулирование изучения народных промыслов и местных обычаев, и т.д. По данным «Ассоциации агротуризма в России» лидирует в этой отрасли Карелия, остальные регионы еще присматриваются к новому делу.

В Нижегородской области сосредоточены огромные ресурсы для сельского туризма, но они востребованы неэффективно. Чтобы развивать этот вид туристического бизнеса, недостаточно одной только поддержки на уровне муниципалитетов, для этого необходима поддержка регионального правительства. На туристическом Интернет-портале Агротуризм [1], где предлагается выбрать место отдыха по регионам, про нижегородский край написано, что нет загородных мест отдыха для любителей сельской жизни и тихой природы. Хотя на сайте местной туристической компании «Академия путешествий» предлагаются варианты сельского отдыха в загородных усадьбах и «избах», например в усадьбе «Вишневый сад» и избе «Васильсурский двор», с парным молоком, наваристой ухой, банькой, костром и гитарой.

Совершенно очевидно, что при соответствующем, нормально работающем законодательстве агротуризм превратится из перспективной в высокоразвитую деятельность. Электронные источники информации сообщают о загородном хозяйстве «Макарьевский страус», в котором направлению агротуризм отдают внимание и предпочтение. «Макстраус», основанный в 2006 году в поселке Макарьево Лысковского района – это ферма, занимающаяся разведением и продажей страусов, павлинов, фазанов, цесарок, лебедей, организацией обучения начинающих фермеров.

Помимо экскурсии вам предложат дегустацию блюд из яиц и мяса страусов, сувенирную продукцию [4].

Таким образом, в ряде регионов России отмечен первый опыт организации агротуристских предприятий по моделям типа «пансион», «тур с проживанием в традиционном национальном жилище», «национальная деревня», «VIP-деревня», «сельская гостиница» и др. [3]. Например, фермеры Краснодарского края открыли новый объект туристического показа "Персик Тамани", где 12 сортов персика поспевают конвейером с начала июля до начала сентября. Отдыхающие всегда останавливались возле сада и с интересом смотрели, как растут персики. Многие думают, что персики растут только в Испании и Турции. Теперь в саду не только идет торговля персиками, только что сорванными с дерева, но и проходят экскурсии и дегустации для туристов [2].

Но нет четкого рецепта успеха этого вида предпринимательства. Один из его факторов - наличие достопримечательностей в радиусе 40 км, дополнительные виды отдыха: сплавы, лыжи, велопрогулки, конные выезды, снегоходы и квадроциклы. Но в целом, это не тот бизнес, где можно быстро и много заработать. Это долгосрочные проекты для людей, которые искренне любят принимать гостей и которых радует сельская жизнь.

Библиографический список:

1. Интернет-ресурс: <http://agroturismo.ru>
2. Интернет-ресурс: <http://www.irn.ru>
3. Интернет-ресурс: <http://www.derevnya-online.ru>
4. Интернет-ресурс: <http://www.straus-nn.ru>

ЗНАКОМЬТЕСЬ: МУЗЕЙ НАУКИ ННГУ

*Китай Ш.Д., к.ф.-м.н., заведующая музеем науки ННГУ
«Нижегородская радиолaborатория»
ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный университет
им. Н. И. Лобачевского», Н.Новгород*

Нижегородская область – уникальный регион Поволжья с давними театральными, музыкальными, художественными традициями и высоким творческим потенциалом. Наше историческое и культурное наследие является не только национальным достоянием, но и основой для дальнейшего прогресса. Современный уровень развития искусства, науки, техники и технологий по многим направлениям не уступает мировому, что вполне закономерно создает региону имидж историко-культурного центра.

В настоящее время актуальной задачей бизнеса и политики является возрождение былой славы гостеприимства нашего города и области. Для

увеличения туристической привлекательности региональное министерство поддержки и развития предпринимательства, потребительского рынка и услуг разработало концепцию формирования туристского кластера Нижегородской области. В рамках города Нижнего Новгорода намечено развивать два протокластера. Первый из них – «Рождественская сторона» – уже неплохо известен нижегородской общественности, другой объединит памятные места в границах площади Минина – Верхневолжской набережной – площади Сенной. Одной из ярких жемчужин в этом ожерелье Нижнего Новгорода, несомненно, является Музей науки Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского «Нижегородская радиолaborатория», расположенный в доме № 5 на Верхневолжской набережной. Именно в этом здании происходили судьбоносные события 20-х годов XX века, когда на нашей нижегородской земле успешно действовала легендарная Нижегородская радиолaborатория.

Созданная на заре Советской власти, Нижегородская радиолaborатория (НРЛ) стала уникальным научно-исследовательским и производственным учреждением, организующим центр всех научно-технических сил России, работавших в области радиотелеграфирования. Деятельность НРЛ – это первый в России опыт создания успешного наукоемкого предприятия. Хранителем истории и материальных свидетельств труда ученых и специалистов НРЛ является музей науки «Нижегородская радиолaborатория» – структурное подразделение музея Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского.

Экспозиции музея знакомят с историей радиолaborатории, позволяют проследить этапы развития радиоэлектроники, зарождение нижегородской радиофизической школы, получившей международное признание. Конечно, главные ценности музея науки – это приборы, документы и фотоматериалы, связанные с историей и развитием радиосвязи, с вкладом ученых и специалистов в решение общегосударственной задачи – создание «газеты без бумаги и расстояний». Но не только радиолампы, радиоприемники и передатчики, конструктивные особенности и истории их создания предлагаются вниманию посетителей. Приборы хранят тепло рук и свет инженерной мысли **личностей – личностей тех людей**, которые над ними работали, либо их использовали, либо, наблюдая со стороны, оценивали значимость происходившего. Именно о таких людях интереснее всего узнавать посетителям музея. Эмоциональное воздействие на посетителей многократно усиливается благодаря использованию современных мультимедийных средств: фильмов, анимационных роликов, интерактивных лекций. Первые электронные радиолампы 20-х годов – и «Карта радиостроительства» со светодиодными индикаторами; первые коротковолновые приемники и передатчики – и фильм, повествующий о рекордах дальности коротковолновой связи знаменитого полярника Э.Т.

Кренкеля; «Кристадин» О.В. Лосева – и интерактивная лекция «Радио-Лосев», – такие необычные сочетания предлагаются сегодня гостям музея.

Развивая интерактивные формы представления музейных материалов, сотрудники музея разработали несколько имитаторов-тренажеров. Один из них размещен в мемориальном зале музея и позволяет почувствовать себя радистом 20-х гг. прошлого столетия, который устанавливает коротковолновую связь с несколькими крайними точками нашей страны. При этом посетитель не только узнает о серьезных научных фактах, связанных с условиями распространения радиоволн в атмосфере, но и знакомится с уникальными кадрами кинохроники двадцатых – тридцатых годов XX века. Такой подход отражает общие тенденции гуманитаризации знаний в современном обществе и увеличивает дружелюбность, общедоступность и привлекательность музея науки.

Посещение каждого зала музея оставляет яркое впечатление, но особый интерес вызывает интерактивный раздел занимательной науки. Работа с участниками этой части экскурсии базируется на принципах, сформулированных великим популяризатором науки Я.И. Перельманом: «Занимательная наука стремится к тому, чтобы привычная вещь, давно знакомое явление, утратившее в наших глазах интерес, показывалось с новой, необычной, подчас неожиданной стороны. Новизна подстрекает интерес, а интерес помогает сосредоточить внимание и будит работу мысли» [1]. Это достигается с помощью разнообразных приемов:

- использование неожиданных сопоставлений;

- привлечение примеров из художественной литературы, легенд и сказаний;

- экскурсы в область истории науки;

- использование игр, фокусов, головоломок и других развлечений.

Поэтому многие гости музея, побывав в нем однажды, стремятся вновь попасть в зал, в котором серьезная и сложная наука – физика – становится занимательной и доступной.

Очень популярна среди самых юных посетителей музея, их родителей и воспитателей театрализованная экскурсия «В гостях у Лампы-Бабушки». Детей знакомят с азами радиотехники и ее историей с использованием различных интерактивных форм и методик: театрального костюма экскурсовода, стихотворного рассказа, элементов игры, вовлечения детей в процесс демонстрации экспонатов и др.

Стало традицией проведение новогодних праздничных экскурсий для младших школьников. Дети становятся участниками театрализованного действия (каждый год пишется новый сценарий), и вместе со сказочными героями постигают первые научные и исторические факты, связанные с изобретением радио.



Мемориальный зал музея



В зале занимательной науки

Таким образом, деятельность музея науки ННГУ выходит за рамки изучения и популяризации отечественной истории науки и техники в области радиоэлектроники и информационных технологий. Опираясь на нижегородское научно-образовательное сообщество, музей ставит своей целью вовлечь детей и юношество в научно-техническое творчество, ориентировать на выбор профессий, связанных с высокотехнологичным сектором экономики. Посещение музея науки ННГУ «Нижегородская радиолaborатория» оставляет незабываемые впечатления у нижегородцев и гостей нашего города, людей разного возраста и различных сфер деятельности. Музей науки является перспективным элементом индустрии гостеприимства, туризма и рекреационно-досуговой деятельности Нижегородского региона.

Библиографический список:

1. Мишкевич Г. И. Доктор занимательных наук [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://n-t.ru/tp/in/zn.htm>

О ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМ ТУРИЗМЕ В ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

*Косова Л.С, к.г.н, доцент,
Льготина Л.П., ст. преподаватель,
Филандышева Л.Б., к.г.н., доцент*

*Томский национальный исследовательский государственный университет,
Томск, Россия*

В настоящее время во всем мире прослеживается тенденция людей обращать все большее внимание на состояние своего здоровья, что повышает роль лечебно-оздоровительного туризма. В нашем исследовании под лечебно-оздоровительным туризмом понимаются любые поездки с

целью улучшения своего состояния здоровья, как с помощью лечебно-реабилитационных мероприятий, так и оздоровительных практик.

Актуален данный вид туризма и для жителей Томской области, тем более что, мониторинг за состоянием здоровья населения показал, что в 2011 году отмечается небольшой (на 1,7%) рост заболеваемости по сравнению с прошлым годом [1]. Целью исследования является показать природно-ресурсный потенциал исследуемого региона для развития лечебно-оздоровительного туризма и дать характеристику наиболее значимых предприятий данного профиля.

Томская область, площадь которой 316,9 тыс. км², расположена в юго-восточной части Западно-Сибирской равнины. Климат континентально-циклонический с равномерным увлажнением, довольно резкими изменениями погоды в сравнительно короткие периоды времени. Основная площадь территории области находится в пределах таежной зоны, и только небольшая ее южная часть носит переходный характер к лесостепи.

Исследуемая территория по природному лечебному потенциалу рекреационной и бальнеологической ценности относится к благоприятной зоне с достаточным бальнеоклиматическим потенциалом [2]. Это зона УФ-комфорта с обеспеченностью световыми ресурсами более 1800 часов в год. С апреля по сентябрь возможна гелиотерапия. Проведение климотерапии благоприятно в течение 200-220 дней.

Важнейшими ресурсами для развития лечебно-оздоровительного туризма являются месторождения минеральных вод, лечебных грязей и биоклиматические ресурсы. В пределах области имеются большие запасы минеральных вод, принадлежащих к водоносным комплексам одного из крупнейших в мире Западно-Сибирскому артезианскому бассейну: термальные воды (от +43 °С) с содержанием брома (до 120 мг/л), йода (до 30 мг/л), кремневой кислоты (22-50 мг/л) и минерализацией до 50-80 г/л. Йодо-бромные воды обнаружены в Колпашевском, Парабельском, Александровском, Тегульдетском, Верхнекетском районах. Широко распространены минеральные воды гидрокарбонатного класса со средней минерализацией. Большой известностью пользуются минеральные источники в Томском районе (село Заварзино), относящиеся к маломинерализованным щелочноземельным водам. Основным лечебным элементом является растворенный в воде радон и другие вещества, дающие положительный терапевтический эффект при многих заболеваниях. Богатейшие источники азотно-метановой хлоридно-натриевой слабосульфидной термальной минеральной воды имеются в Колпашевском районе и в г. Колпашево, источники хлоридно-натриевой йодо-бромной термальной воды в Александровском районе, хлоридно-гидрокарбонатно-натриевой бромной воды в г. Стрежевое. Кроме того, область располагает богатейшими запасами торфяных и сапропелевых лечебных грязей озер (Карасево, Кирек, Светлого). Химический состав

грязей высокоэффективен при лечении заболеваний костно-мышечной системы.

Изучением свойств природных лечебных ресурсов в области занимается целый ряд организаций, ведущую роль среди которых играет Томский НИИ курортологии и физиотерапии (ТНИИКиФ).

Перспективы развития лечебно-оздоровительного туризма на территории области связаны с местным населением, как основным потребителем данных услуг. Следует отметить, что оптимальными условиями для оздоровления населения обладают курорты, расположенные в одной климатической зоне с местожительством отдыхающих, т.к. период адаптации сводится до минимума. В настоящее время основу этого вида туризма составляют санаторно-курортные учреждения, которых в области более 20. Наиболее значимыми являются санатории и санатории-профилактории – «Чажемто», «Ключи», «Синий утес», «Прометей», «Энергетик», «Строитель». Их краткая характеристика приводится ниже.

Санаторий «Чажемто» находится на северо-западе Томской области в 250 км от г. Колпашево. Он располагает благоустроенными корпусами на 200 мест, водогрязелечебницей, физиотерапевтическим отделением, залом лечебной физкультуры. Климаторекреационный потенциал местности позволяет вести оздоровительную деятельность и внедрять различные формы климатолечения, отдыха и туризма. Особую ценность представляют месторождения минеральных вод и лечебных сапропелевых грязей озера Карасевое.

Проведенные комплексные исследования состояния природных факторов окрестностей «Чажемто» позволяют рекомендовать расширение лечебной базы, обустройство окружающей территории с учетом современного уровня рекреации, с дальнейшим выделением уникальной местности в курортно-рекреационную зону Томской области [3]. В 2004 г. на региональной выставке «Снабжение Севера» санаторий «Чажемто» за сапропелевую грязь получил диплом «Новые разработки и технологии», а за природную минеральную воду «Санаторий Чажемто» - золотую медаль. Ее промышленный розлив ведется с 2002 г. Уровень лечения достаточно высок, и санаторий считается одним из лучших в Сибири.

Большая часть санаториев и санаториев-профилакториев области располагаются в непосредственной близости от г. Томска. Так, например, санаторий-профилакторий «Строитель», профиль которого лечение заболеваний системы кровообращения, органов дыхания, нервной и костно-мышечной систем, находится в п. Богашево. Основными методами оздоровления являются грязелечение, бальнеотерапия, массаж, ЛФК, диетотерапия, иглорефлексотерапия, спелеотерапия, мониторинг очистки кишечника, мануальная терапия, фитотерапия. Имеются водолечебные кабинеты, физиотерапевтическое отделение, ингаляторий, процедурные кабинеты.

Достаточно крупным и популярным в области является круглогодичный санаторий «Ключи», расположенный в живописной местности одноименного поселка. Здесь имеются источники с минеральной водой, которая обладает уникальными лечебными свойствами.

Основной медицинский профиль данного учреждения - лечение заболеваний органов дыхания, костно-мышечной системы, органов кровообращения. Большое значение данный санаторий имеет как центр долечивания лиц перенесших острый инфаркт миокарда и оперативное лечение ишемической болезни сердца, ортопедические операции. Он располагает грязелечебницей, водолечебницей, физиотерапевтическим отделением, ингалятором, процедурным кабинетом. Санаторий имеет всю необходимую современную инфраструктуру и принимает одновременно до 250 человек.

На небольшом расстоянии от областного центра находится санаторий «Синий Утес». Благодаря своему местоположению на живописном скалистом берегу реки Томи в сосново-кедровом лесу, он обладает большим набором природных лечебных факторов, а именно, чистым воздухом богатым фитонцидами, артезианской водой, сапропелевой грязью озера Кирек, известной широким спектром лечебного воздействия. Территорию санатория отличает своеобразный парковый ансамбль, зимний сад и пляжная зона.

Расположение санатория на территории особо охраняемого природного парка обеспечивает отдыхающих интересными экскурсионными программами. Основной природной достопримечательностью здесь является геологический памятник природы - Синий Утес, название которого связано с темно-серым цветом слагающих пород, выделяющихся на фоне окружающего ландшафта. Историко-культурное наследие прослеживается в селе Коларово с его Спасской церковью (первое упоминание о ней относится к 1644 г.). Интересным является тот факт, что в 17 - 18 вв. в селе Спасское находился укрепленный казачий форпост, и проходил караванный путь из Москвы в Монголию и Китай, поэтому в его окрестностях сохранились курганный могильник, древнее городище и старинные постройки, характерные для сибирского села.

К числу санаториев-профилакториев круглогодичного действия также относится «Прометей» (село Калтай). Он находится на возвышенном берегу р. Томи в 27 км к югу от г. Томска в экологически чистой лесопарковой зоне, где преобладают леса из пихты и сосны с примесью лиственных пород. Медицинский профиль данного предприятия довольно широк - от заболевания системы кровообращения до костно-мышечной системы. Вместимость санатория составляет до 200 человек.

В течение всего года принимает своих клиентов санаторий-профилакторий «Энергетик» (с. Аникино, Томский район). Основой лечебной базы его являются гидро-карбонатно-кальциево-натриевые

минеральные термальные воды, которые благодаря наличию активных групп нитрифицирующих, денитрифицирующих и азотобактерий имеют большую лечебную ценность. Профилирующими направлениями являются лечение заболеваний системы кровообращения, нервной системы, костно-мышечной системы. Общая вместимость санатория - 100 человек.

Значительную роль в развитии лечебно-оздоровительного туризма в Томске играет Клиника Томского НИИ курортологии и физиотерапии, специализацией которой является кардиология, неврология, артрология, пульмонология, гастроэнтерология, дерматология, гинекология, андрология, педиатрия. Лечебная база представлена минеральной водой «Ширинская», препаратом «Ширсал», торфом Томского района, сапропелем озер Карасевое и Плахино.

Как видно из проведенного исследования, лечебно-оздоровительных предприятий в Томской области недостаточно много. Обеспеченность территории минеральными водами и лечебными грязями высока, что позволяет развитие лечебно-оздоровительных учреждений в различных районах области, особенно в районах добычи нефти и газа, т.к. уже пробуренные скважины, вскрывшие минеральные воды, можно с наименьшими затратами вовлекать в бальнеологическое лечение. В дальнейшем, необходимо проводить более детальное исследование природных лечебных ресурсов и разработку направлений их рационального использования, что будет способствовать развитию лечебно-оздоровительного туризма в регионе.

Библиографический список:

1. Экологический мониторинг: доклад о состоянии и охране окружающей среды Томской области в 2011 году / А. М. Адам. – Томск: Изд-во «Графика ДТР», 2012. - 168 с.
2. Курортно-рекреационный потенциал Западной Сибири / под ред. Е. Ф. Левицкого, В. Б. Адилова. – Томск: Изд-во «Красное знамя», 2002. – 226 с.
3. Тронова Т. М. Современное состояние курортного комплекса санатория «Чажемто» Томской области // Материалы международной конференции «Возможности развития туризма Сибирского региона и сопредельных территорий». 2005. – Томск: Изд-во Томского ун-та, 2005. – С. 102-104.

ОПЫТ РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА В КАНАДЕ

EXPERIENCE OF ECOTOURISM DEVELOPMENT IN CANADA

Крейцберг Е.А., к.б.н.,

Орлов Е.В., к.п.н., доцент

*Оттавское отделение Канадского общества сохранения парков
и дикой природы, Канада*

(Canadian Parks and Wilderness Society - Ottawa Valley Chapter),

The support of ecotourism in Canada is paid great governmental attention to. Two types of ecotourism “products and services” are dealt with. Specially protected areas for tourists are strictly controlled to preserve the environment. The described experience is recommended to be used in Russia.

Канада - вторая после России крупнейшая страна в мире, которая по своим физико-географическим особенностям во многом схожа с Россией. Ее территория простирается от побережий Атлантического до побережий Тихого океана. Ее северные границы омываются водами Северного-Ледовитого океана, а южные границы охватывают степные пространства прерий. Наземные биомы, как и в России, представлены тундрой, тайгой, смешанными лесами умеренной зоны, широколиственными лесами, луговыми и степными пространствами на юге, именуемыми здесь прериями.

Экотуризм, как одно из направлений туризма, развивается в Канаде с середины 1970-х годов и обычно подразделяется на 2 субкатегории - приключенческий туризм (охватывающий различные направления экстремального туризма, такие как сплав по рекам, горнолыжный туризм, альпинизм, скалолазание и т.д.) и «эко»-туризм или путешествия для наблюдения за объектами дикой природы в их естественных условиях. Это направление экотуризма характеризуется также как «устойчивое и ответственное» путешествие на природные территории с целью сохранения окружающей среды и улучшения благосостояния местного населения. Экотуризм включен в экономические стратегии развития Канады на федеральном, провинциальном и местном уровнях. Однако, на практике бывает трудно провести границу между узко-специализированным экологическим путешествием и другими направлениями туризма, особенно такими, как познавательный исторический и культурный туризм, да и приключенческий туризм часто включает в себя компоненты экологического.

Тем не менее, на специальном семинаре в Бурлингтоне Онтарио (2002), были разработаны стандарты, которые предъявляют следующие требования к этому направлению туристического бизнеса по природным местам:

О минимальное воздействие на окружающую среду (позитивное или негативное);

О компетентность в области охраны окружающей среды и понимание ее важности и значения;

О получение финансовой пользы для охраны видов и экосистем;

О получение финансовой прибыли для развития местных сообществ;

О уважение местной культуры и прав местного населения;

О оценка политического состояния и социального климата.

Стандарты необходимы как для разработки соответствующего качественного продукта на туристическом рынке (экотуры), так и для определения порога рекреационной нагрузки и лимитирования числа возможных пользователей (туристов) для возможностей долгосрочного устойчивого использования «продукта». Правительство Канады, поддерживая развитие экотуризма, в то же самое время, осуществляет надзор за состоянием охраны природных территорий, являющихся объектами экотуризма. Поэтому осуществляется мониторинг посещения природных мест. Наиболее важно регулирование посещений на особо-охраняемых природных территориях, которые часто представлены в Канаде парками федерального или провинциального уровня.

Нужно заметить, что парки Канады представляют собой зонированные территории, где с момента создания определены участки с разной степенью допустимого воздействия на окружающую среду. Например, для посещения строго-охраняемых резерватов внутри парка даже в научных целях требуется специальное разрешение, а для туристов такие территории попросту недоступны. Но в парках есть участки, специально отведенные для рекреационной деятельности и их посещения туристами. В целях регулирования потока туристов все парки имеют зоны доступа, где собираются взносы за посещение парка и вручаются инструкции, определяющие правила поведения туристических групп. Такие зоны располагаются по границам парка, к ним ведут проезжие дороги. Все другие точки доступа в парки попросту закрыты. Внутри парков все туристические маршруты определены и посетители получают на границе карту с их описанием. Например, «бобровая тропа» в Алгонкин парке - 4 км, с этой тропы действительно можно наблюдать бобров с биноклем. Или «лосиная тропа», которая не дает гарантии, что вы обязательно увидите лося, но проходит по лосиным местообитаниям. Поблизости от каждой туристической тропы располагаются автостоянки, где туристы оставляют свой транспорт и далее путешествуют пешком, на лодках или на другом разрешенном транспорте, например, на велосипедах. Музеи и центры для посещения служат для просвещения туристов и представляют информацию об истории и природных условиях территории, их посещение бесплатно (включено во въездной тариф).

Как правило, туристам представляется два типа продукции экотуризма:

- экотуры в парки, где каждый желающий может провести время по своему усмотрению, оплачивая на въезде взнос за количество дней и место стоянки (обычно очень небольшая сумма - от 15 до 20 долларов в день за машину);

- экотуры с сопровождением, где квалифицированные тур-операторы организуют целевые туры, чтобы показать птиц, лосей, волков, медведей и т.д. (очень широкий ценовой спектр, но такое сопровождение, чаще могут позволить себе состоятельные граждане).

Существующая схема деятельности экотуристического бизнеса хорошо зарекомендовала себя в условиях Канады. Нам представляется, что канадская модель развития экотуризма наиболее приемлема в России с ее сходными экологическими условиями, и может быть рекомендована для внедрения на местном и областном уровне. Оттавское отделение Общества сохранения парков и дикой природы готово оказать необходимые консультационные услуги, включая организацию показательных туров для российской стороны в Канаде.

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

*Крылов Е.А., д.х.н., профессор,
Корнилова М.С., студентка гр. БТ-23-11
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Важнейшей задачей для развития туристической индустрии является решение проблемы устойчивого развития туризма. Однако очевидно, что ее полноценное решение невозможно без «экологизации» туристической деятельности. Поэтому появилось понятие экологического туризма, учитывающего необходимость сохранения природных ресурсов и окружающей среды.

В то же время, до сих пор, практически не уделяется внимание другому направлению экологизации туристического бизнеса, а именно, поддержанию здоровья потребителей туристических услуг, во многом обусловленному спецификой задействованной в данном бизнесе территории и индивидуальными особенностями организма человека.

Однако, совершенно очевидно, что по мере повышения уровня жизни, будет нарастать внимание человека к состоянию собственного здоровья. Поэтому, устойчивое развитие туризма будет в существенной мере связано с наличием у человека (в период туротдыха) ощущения защищенности его здоровья не только от воздействия каких-либо естественных бедствий или санитарно-эпидемиологических проблем, не только с присутствием страховки, но и в результате учета особенностей элементного состава организма человека и местности, куда направлена поездка.

В виду этого, нами разработаны основы системы организации туристического бизнеса, ориентированного на здоровье человека. Она базируется на сформулированном ранее положении [1] о том, что перемещение человека из одной биогеохимической провинции в другую, характерное для турпоездов, часто связано с риском возникновения у него различных заболеваний, вызванных изменением элементного состава пищи, воды и воздуха. Другими словами, «элементный портрет (или статус)» человека должен соответствовать «элементному портрету» той среды, куда направлена его турпоездка. Действительно, дисбаланс различных химических элементов в организме приводит [2,3] к нарушению его жизнедеятельности и, соответственно, провоцирует серьезные болезни.

Основы указанной системы, включает три основных аспекта.

Первый аспект. Суть его состоит в создании турфирмами:

1. Информационных баз данных о биогеохимической специфике («элементном портрете») туристической территории, об индивидуальных особенностях («элементном портрете») пользователей туристических услуг и электронной системы обмена указанной информацией;

2. Системы предоставления клиентам квалифицированных рекомендаций о целесообразности посещения тех или иных территорий, а также о необходимости соблюдения конкретных мер по профилактике риска нанесения ущерба здоровью, связанного с несоответствием «элементного портрета» человека и территории.

Второй аспект. Суть его состоит в организации системы обеспечения турфирм соответствующей информацией и рекомендациями по их конкретным заказам.

Третий аспект. Суть его состоит в организации (в рамках договорных отношений) системы обеспечения турфирм, гостиниц и других туристических сервисных комплексов информацией о специфике питания прибывающих на данную территорию туристов в соответствии с их «элементным портретом» и, совместно с заказчиком, реализация такой системы питания (диетотерапии) в период пребывания туристов на данной территории.

Предложена так же схема организации такой деятельности, которая представляет собой следующую цепочку: Туристическая фирма – Центр – Туристические сервисные комплексы. В ней особую роль играет специально создаваемый для этого Центр, который предоставляет услуги другим звеньям указанной цепи по обеспечению их соответствующей информацией и рекомендациями, по реализации системы диетотерапии для туристов.

Полученные результаты позволили сформулировать экономически обоснованный поэтапный план действий по разработке и реализации указанной системы в туристической индустрии.

Реализации данной системы поможет так же инициировать у заинтересованного в уровне своего здоровья населения России интерес к выяснению своего «элементного портрета». Необходимость и своевременность этого очевидна, так как большое влияние на здоровье человека оказывают социально- и природно-обусловленные дефициты или избытки химических элементов, в той среде, где он обитает. Отклонения в поступлении в организм макро- и микроэлементов, нарушение их соотношений в рационе питания непосредственно сказываются на жизнедеятельности организма, могут снижать или повышать его сопротивляемость, а, следовательно, и способность к адаптации [2,3]. В то же время, «элементный портрет» человека нужен при проведении его реабилитации, а так же при подготовке спортсменов [4].

Библиографический список:

1. Крылов Е.А. Туризм и среда обитания // Провинция: экономика, туризм, гостеприимство, экология, архитектура, культура: сборник статей пятой Всероссийской Конференции / под ред. проф. Л.Н.Семерковой. – Пенза: РИО ПГСХА, 2011. – С.65-67.
2. Агаджанян Н.А. Химические элементы в среде обитания и экологический портрет человека / Н. А. Агаджанян, А.В. Скальный. - М: КМК, 2001. – 83 с.
3. Бабенко Г.А. Микроэлементозы человека: патогенез, профилактика, лечение // Микроэлементозы в медицине. – 2001. – Т.2. – № 1. 2001. – С.2-5.
4. Голубкина Н.А. Селеновый статус членов юношеской олимпийской сборной по баскетболу / Н. А. Голубкина, А. Н. Мартинчик, Я. А. Соколов // Микроэлементы в медицине. – 2002. – Т.3. – № 4. – С.26-30.

О МАРШРУТАХ ВЪЕЗДНОГО И ВНУТРЕННЕГО ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

*Кряжев А.Б., к.г.н., доцент
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Выявление маршрутов въездного и внутреннего познавательного туризма Нижегородской области предполагает решение 3-х последовательных задач:

1. Выявление объектов, имеющих повышенную познавательную ценность.
2. Анализ пространственного расположения важных познавательных объектов.
3. Определение системы формирующихся познавательных маршрутов.

Нижегородская область обладает значительным потенциалом для развития въездного и внутреннего познавательного туризма. В ней немало уникальных, аттрактивных, зрелищных объектов, имеющих к тому же высокую познавательную ценность. В качестве ресурсов познавательного туризма в Нижегородской области можно рассматривать следующие группы объектов:

- уникальные военно-фортификационные сооружения,
- храмы и храмовые комплексы – памятники архитектуры,
- гражданские объекты – памятники архитектуры,
- памятники истории,
- памятники искусства,
- музейно-туристские комплексы и центры,
- предприятия народных художественных промыслов,
- природные объекты и др.

Для размещения наиболее ценных объектов познавательного туризма Нижегородской области характерны три основных закономерности:

1. Полярность, концентрация в областном центре – Нижнем Новгороде.
2. Радиальность, положение на радиальных по отношению к Нижнему Новгороду направлениях.
3. Кольцевое расположение, положение на двух транспортных кольцах – северном и южном.

В Нижнем Новгороде сконцентрирована большая часть объектов, вызывающих познавательный интерес. Это: Нижегородский кремль – уникальный образец русского военно-фортификационного зодчества; храмы – памятники архитектуры (Михайло-Архангельский собор, Рождественская церковь, собор Александра Невского, Благовещенский и Печерский монастыри и др.); гражданские объекты – памятники архитектуры (Главный ярмарочный дом, здание Государственного банка, здание Городского театра, усадьба Рукавишников и др.); памятники истории, связанные с судьбой известных нижегородцев - А.М. Горького, М.А. Балакирева, П.Н. Нестерова, И.П. Кулибина, Н.А. Добролюбова и др.); музеи (историко-архитектурный музей-заповедник, художественный музей, музей истории художественных промыслов и др.).

По отношению к Нижнему Новгороду важные объекты познавательного туризма находятся на семи радиальных направлениях – северо-западном, или чкаловском, северном, или городецком, северо-восточном, или семеновском, восточном, или макарьевском, юго-западном, или павловском, южном, или дивеевском, юго-восточном, или больше-болдинском. Каждое из этих направлений имеет «познавательные центры притяжения», а именно:

- северо-западное, или чкаловское – мемориальный музей В.П. Чкалова;

- северное, или городецкое – музейно-туристский комплекс «Город мастеров» и музейная группа во главе с Городецким краеведческим музеем;

- северо-восточное, или семеновское – фабрика «Хохломская роспись», музейно-туристский центр «Золотая хохлома»;

- восточное, или макарьевское – Макарьевский монастырь;

- юго-западное, или павловское – предприятия художественных металлоизделий в Павлове и с. Казаково, Павловский исторический музей;

- южные, или дивеевское – объект православного паломничества Свято-Троицкий Серафимо-Дивеевский монастырь;

- юго-восточное, или больше-болдинское - литературно-мемориальный и природный музей-заповедник А.С. Пушкина «Большое Болдино».

Кольцевое расположение важных познавательных ресурсов проявляется в положении их на двух транспортных кольцах Нижегородской области – северном и южном. Северное транспортное кольцо проходит по территории Волго-Окского междуречья и ближнего Заволжья, южное – по нижегородскому Правобережью.

Анализ пространственного расположения важных познавательных объектов региона позволяет определить систему формирующихся туристских маршрутов.

В систему внутренних познавательных маршрутов входят семь радиальных маршрутов, два кольцевых и один сложный двухкольцевой («Нижегородская восьмерка»). Радиальные познавательные маршруты:

- северо-западный или чкаловский маршрут - по линии: Нижний Новгород – Балахна – с. Пурех – Чкаловск;

- северный или городецкий маршрут - по линии: Нижний Новгород – Городец – п. Семино;

- северо-восточный или семеновский маршрут - по линии: Нижний Новгород – Семенов – оз. Светлояр;

- восточный или макарьевский маршрут – по линии: Нижний Новгород – Бор – п. Макарьев;

- юго-западный или павловский маршрут - по линии: Нижний Новгород – Богородск – Павлово – с. Казаково;

- южный или дивеевский маршрут – по линии: Нижний Новгород - Арзамас – с. Дивеево;

- юго-восточный или больше-болдинский маршрут – по линии: Нижний Новгород – Б. Мурашкино – с. Б. Болдино.

Северный кольцевой маршрут вытянут по линии: Нижний Новгород – Балахна – Городец – Семенов – Нижний Новгород; южный – по линии: Нижний Новгород – Б. Мурашкино – Б. Болдино - Арзамас – Дивеево – Павлово – Нижний Новгород.

В отношении въездного туризма можно говорить о двух маршрутах – «Нижегородской звезде» и «Нижегородской восьмерке».

Туристский маршрут «Нижегородская звезда» - полярно - радиальный. Для него характерна, с одной стороны, концентрация основной части важных познавательных объектов в Нижнем Новгороде, а с другой, положение части привлекательных объектов на радиальных маршрутах. Потребление туристского познавательного продукта на маршруте «Нижегородская звезда» предполагает проживание в Нижнем Новгороде, экскурсионное ознакомление с его достопримечательностями и достопримечательностями других центров.

Туристский маршрут «Нижегородская восьмерка» - сложный двухкольцевой. Его познавательные ресурсы расположены на двух соприкасающихся кольцах – северном и южном. Использование его познавательного ресурса предполагает путешествие по Нижегородской области с ночевками в Нижнем Новгороде, Б. Болдине, Дивееве, Павлове, Городце, Семенове.

На маршрутах «Нижегородская звезда» и «Нижегородская восьмерка» целесообразна организация 6-8 дневных туров с возможным названием «К жемчужинам духовного, историко-культурного и природного наследия Нижегородской области».

Библиографический список:

1. Кряжев А.Б. О ресурсах познавательного историко-православного туризма нижегородской области // Вестник филиала ФГБОУ ВПО «Сочинский государственный университет» в г. Нижний Новгород Нижегородской области: научный ежегодный журнал. Вып. 5. 2012 / под общ. ред. проф. А. О. Овчарова и к. п. н. Е. Н. Фомичевой. – Нижний Новгород: ООО «Цветной мир», 2012. – с. 63-66.

КАУЧСЕРФИНГ: ЧТО ЭТО?

*Никишина Н., студентка группы БМ-33-10,
Овчарова Т.Н., к.ф.н., доцент
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г.Н.Новгород*

В современном мире туристические поездки стали не просто приятным времяпрепровождением, а целым хобби для миллионов жителей земли. Но как больше путешествовать и, по возможности, меньше тратить денег на проживание? Ответ прост – каучсерфинг.

Каучсерфинг (CouchSurfing) – одна из крупнейших гостевых сетей, которая существует в виде он-лайн сервиса. Она объединяет более 3 миллионов человек в 246 странах и создана с целью содействия процессу глобализации [3]. Члены сети бесплатно предоставляют друг другу помощь и ночлег во время путешествий и организуют совместные путешествия (иногда, по взаимной договорённости, гости платят за еду или другие расходы). В первую очередь это позволяет увидеть страну

глазами её жителей, приобрести бесценный опыт самостоятельных путешествий, а самое главное, возможность завести себе новых друзей по всему миру.

У каучсерферов есть свои специализированные сайты, где они знакомятся, договариваются и обсуждают условия и места своих будущих ночлежек [2]. При этом каучсерферам, как правило, не важно, в каких условиях им придется ночевать. Это может быть далеко не бедно обставленная квартира, а может оказаться и пустой комнатой с одним лишь диваном и холодильником. Каучсерфинг настолько затягивает, что становится образом жизни. Место и условия проживания в этом случае не являются главным. Главное в отдыхе по обмену – общение с единомышленниками и такими же путешественниками, как и вы сами. Каучсерфинг – это туризм по обмену жильём и местом отдыха [1].

Как же обстоят дела с каучсерфингом в России? В нашей стране он развивается достаточно медленно. К мысли, что с тобой в одной квартире будет проживать иностранец, наши соотечественники относятся очень подозрительно [5]. А перспектива поехать в другую страну к малознакомому другу по переписке вызывает еще больше недоверия. Однако, несмотря на это, российская молодежь и бывалые путешественники активно продвигают эту идею в массы, доказывая, что такой способ путешествия имеет массу преимуществ.

1. Экономия на проживании. Не исключено, что вам может достаться проживание в центре Парижа в доме с богатой историей.

2. Непосредственное общение с представителями другой культуры, другого менталитета, языковая практика в неформальной обстановке.

3. Посещение «нетуристических» мест по рекомендации хозяина/хозяйки квартиры/дома. Кому, как не им, знать лучшие кафе и рестораны в округе, хорошие места для прогулок.

Несмотря на все преимущества, каучсерфинг имеет и ряд недостатков.

1. Не всегда комфортные условия проживания. Жилье может находиться на окраине, порой нет свободной койки, и приходится ночевать в спальном мешке на полу. Эти моменты можно оговорить заранее и подыскать лучший вариант.

2. Приходится подстраиваться под график хозяев, которые могут уходить на работу рано утром, а возвращаться поздно вечером, и все это время гостю нужно проводить вне дома.

3. Каучсерфинг предполагает общение, но иногда хочется побыть одному, в таком случае отель подходит больше.

4. В любой момент в жилье могут отказать, и тогда придется срочно подыскивать другое место. Поэтому лучше всегда иметь запасной вариант.

По количеству зарегистрированных каучсерферов лидирует США (513,252), далее следует Германия (229,28), Франция (210,529), Канада (109,163), замыкает пятерку Англия (95,886) [4]. В России число каучсерферов уже более 50 тысяч, и это количество постоянно растет.

Библиографический список:

1. Каучсёрфинг (Couchsurfing). Туризм и отдых по обмену [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://all-worlds.ru>
2. Каучсерфинг - общество свободных диванов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://all-worlds.ruhttp://devaka.ru/articles/couchsurfing-hospitality-services>
3. Каучсерфинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://all-worlds.ruhttp://ru.wikipedia.org/wiki/CouchSurfing>
4. Туристический ликбез [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://all-worlds.ruhttp://rus-touristo.ru/page3569.html>
5. Мир на тахте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://all-worlds.ruhttp://www.rg.ru/2012/07/20/turizm.html>

ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ – СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ВОЗМОЖНОСТИ

*Елена Пащенко-de Превиль PhD, External Professor
Groupe ESC Troyes, France*

Спрос на оздоровительный туризм является ответом на ускорение темпов жизни, которое вызывает стресс. Во Франции оздоровительному туризму уделяется особое внимание, так как ясно осознается его роль в поддержании психического и физического здоровья. В палитру предложений входят: хаммам (известный в России скорее под названием «турецкая баня»), сауна, талассотерапия, бальнеотерапия, СПА (косметически-оздоровительный комплекс) и термализм (курортотерапия / курортное лечение). Изучение опыта французского оздоровительного туризма, которому посвящено наше внимание, представляется полезным с целью его возможного использования в России.

«Le bien-être» - термин, который в переводе с французского означает хорошее самочувствие, комфорт, может интерпретироваться как состояние гармонии тела и духа, для которого необходимо хорошее физическое и психическое здоровье.

Важность этой концепции признается специалистами в различных областях, относящихся к сфере жизнедеятельности. В частности в области трудовой деятельности ей уделяется особое внимание. Душевное равновесие в сочетании с физическим здоровьем рассматривается как необходимое условие для получения удовлетворения от работы и как следствие – повышение эффективности труда. Кроме того, в этой концепции выделяется одна из так называемых добродетелей «bien-être» – способность противостоять стрессу.

Специалисты в области организационного поведения (Robbins et al.) обращают особое внимание на необходимость осознания личностью ответственности за свое физическое и психическое благополучие, и стремиться к нему, практикуя здоровый образ жизни. При этом отмечается, что управленческие кадры несут также ответственность за физическое и психическое здоровье подчиненных.

В условиях возрастающей потребности общества в физическом и психическом здоровье его участников, туристическая индустрия предлагает целый спектр предложений, спрос на которые соответственно растет.

Следует отметить, что в современном западном обществе тенденция к стремлению к психическому и физическому благополучию уже пустила корни и стала частью жизни многих людей. Доказательством может служить постоянное развитие и рост рынка предложений услуг в сфере «bien-être» на протяжении последних двух десятилетий, несмотря на сложность социально-экономического контекста.

В переводе на русский язык «Tourisme du bien-être» означает «Оздоровительный туризм», который, как известно, в России имеет свою историю и развитую инфраструктуру, в первую очередь, в виде различных здравниц и курортов. Но при этом, можно предположить, что изучение опыта оздоровительного туризма «Made in France», было бы полезным с целью его возможного использования в России.

В докладе на примере Франции будут рассмотрены современные тенденции и возможности оздоровительного туризма. В частности, будет проанализирована роль и место оздоровительного туризма в деятельности тур-операторов и туристических агентств, а также представлен интересный опыт, внедряемый отелями, с целью проведения корпоративных семинаров в сочетании с элементами оздоровительного туризма.

Библиографический список:

1. Voyer P. Le bien-être psychologique et ses concepts cousins, une analyse conceptuelle comparative / Voyer P., Boyer R. // Santé mentale au Québec. - 2001. - V. 26. - N° 1. - P. 274-296.
2. Robbins S. Comportements organisationnels / Robbins S., Judge T., Gabilliet Ph. - 12^e éd. - Paris: Pearson Education, 2006. - 722 p.
3. Le Guide du Thermalisme 2010 : Le guide officiel des stations thermales françaises. - 36^e éd. - Paris : Impact Médecine, 2010. - 266 p.
4. Tinguérian C. Paris anti-stress. - Paris : Parigramme Eds, 2009. - 110 p.
5. Brutinot L. Remise en forme / Brutinot L., Costaz A., Labourdette J.-P., et al. - Paris : Petit futé, 2010. - 308 p.
6. Ortega G. L'art du bien-être dans le monde / Ortega G., Poiroux J.L. - Paris : Aubanel, 2007. - 221 p.

ИСПАНСКАЯ СТРАТЕГИЯ В ОБРАЗОВАНИИ СТУДЕНЧЕСТВА ПО НАПРАВЛЕНИЯМ «ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО» И «ТУРИЗМ»

ESTRATEGIA ESPAÑOLA EN LA FORMACIÓN DEL ALUMNADO QUE REALIZA ESTUDIOS OFICIALES RELACIONADOS CON LA HOSTELERÍA Y EL TURISMO

*Federico F. Linares Pernil,
En el Instituto de Educación Secundaria “Murgi” de El Ejido (Almería)
Федерико Ф. Линарес Бедро, преподаватель
Институт Второстепенного Образования “Murgi” Общинного поля
(Альмерия), Испания*

В статье автора представлена информация по развитию туризма Испании. Приведены стратегические линии, в соответствии с которыми Испания должна улучшить услуги туристам в двухгодичном периоде 2013-2014 гг. с целью оказывать прием 80 миллионам иностранцев в 2015 году. Важное место автор отводит также системе специфического профессионального образования Испании, построенной на основе тесной связи с результатами исследования в сфере гостиничного бизнеса и туризма.

Es indudable que España ocupa un lugar de privilegio en el ranking mundial de visitas turísticas. La posición actual es fruto de un trabajo muy arduo durante más de 50 años, pues no olvidemos que en España se apostó por el sector turístico de forma decidida en la década de los años 60 con Ministerios como el de “Información y Turismo” en donde se fijaron las bases estrategias y de infraestructuras de que se goza en la actualidad.

Un aspecto muy significativo en el desarrollo turístico de España es indudable que la ocupa el factor humano que presenta altos niveles de cualificación profesional habiendo aportado un valor añadido indudable al nivel de excelencia actual.

Para argumentar la opinión personal aquí vertida, me ha parecido interesante indicar en primer lugar la situación actual del sector en España en cifras.

En segundo lugar presento la página web del portal oficial de Turismo en España con referencia al Foro Económico Mundial (WEF) que en su informe bianual sobre turismo y competitividad en que se indicó que España ocupa el 4º puesto como país más competitivo del mundo en materia de turismo.

En tercer lugar se refieren las líneas estratégicas que deberá mejorar España en el bienio 2013-2014 con el objetivo de recibir a 80 millones de extranjeros en el año 2015. Por último, se hace referencia al Sistema Educativo vigente en España y la articulación dentro del mismo de la formación profesional específica y la oferta de estudios relacionada con la Hostelería y el Turismo.

España en cifras.

Período de Referencia	Total	S/ (%)	Año anterior
TOURIST MOVEMENTS IN BORDERS (IET)			

Visitantes extranjeros	Feb-2013	5.196.839	-3,0
------------------------	----------	-----------	------

ENCUESTA DE GASTO TURÍSTICO (IET)

Gasto total (mill. euros)	Feb-2013	3.039	-0,1
Gasto medio por persona		585	3,0
Gasto medio por día		113	2,6

MOVIMIENTOS TURÍSTICOS DE LOS ESPAÑOLES (IET)

Total viajes	Nov-2012	10.114.868	5,2
--------------	----------	------------	-----

ENCUESTAS DE OCUPACIÓN (INE)

Ocupación hotelera			
Pernoctaciones (residentes y no residentes)	Feb-2013	13.074.531	-7,7
Grado de ocupación (%)		41	-1,5

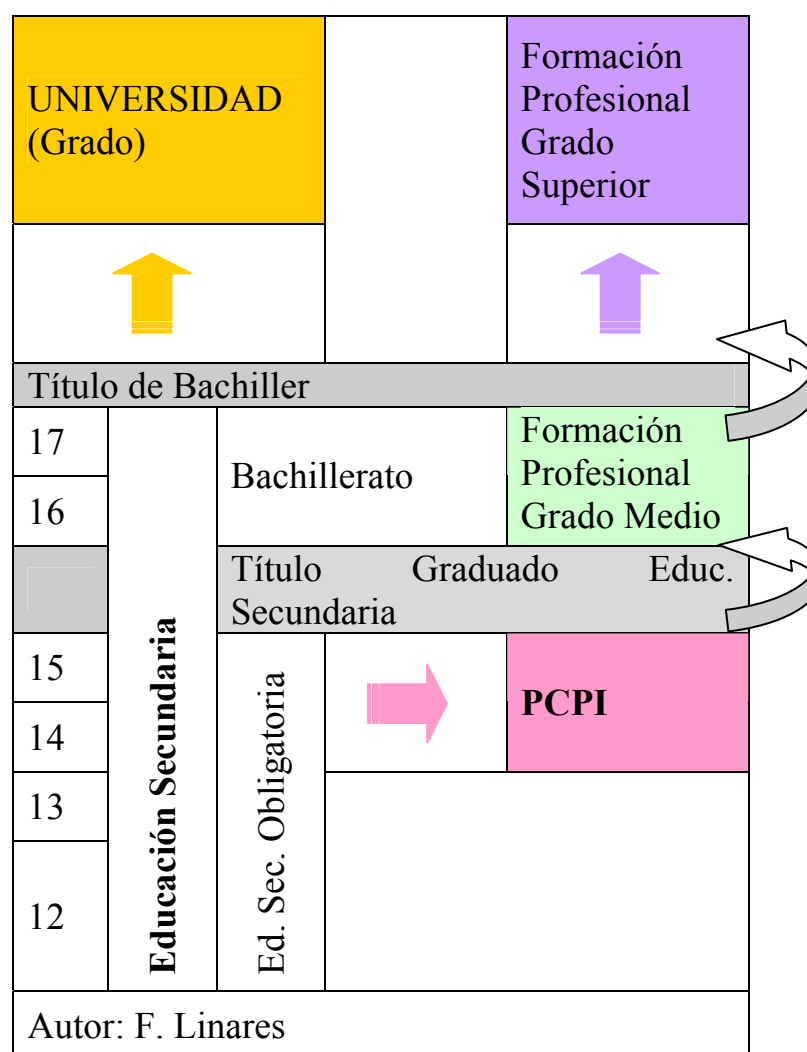
BALANZA DE PAGOS (Banco de España)

Ingresos por turismo (millones de euros)	Ene-2013	2.648	-1,5
Pagos por turismo (millones de euros)		774	-4,1

España ha subido hasta el cuarto puesto como país más competitivo del mundo en materia de turismo, por detrás de Suiza, Alemania y Austria, gracias a la competitividad de sus precios, la experiencia y la apuesta oficial por el sector. Así lo indica el informe bianual sobre turismo y competitividad del **Foro Económico Mundial (WEF)**, en el que España ha escalado cuatro puestos con respecto al informe de 2011. El informe establece el ranking de turismo y competitividad en función de una amplia serie de variables, como las legislaciones nacionales, la sostenibilidad medioambiental, la seguridad, las infraestructuras, la prioridad política o los recursos culturales.

Estrategia de Formación Profesional

ESTUDIOS ACADÉMICOS DE HOSTELERÍA Y TURISMO EN ESPAÑA
Organización del Sistema Educativo en España



UNIVERSIDAD:

Grado en Turismo

Grado en Empresas y Actividades Turísticas

Administración Hotelera – BBA Hospitality – 3,5 years (English)

Dirección Internacional de Empresas y Turismo y Ocio y Marketing y Dirección Comercial (Doble grado)

Grado en Alta Dirección Hotelera Internacional y Dirección de Eventos

Grado en Turismo+Grado en Marketing y Comunicación Comercial

Grado en ADE (Administración y Dirección de empresas) +Grado en Turismo

FORMACIÓN PROFESIONAL (SUPERIOR)

- Técnico Superior en Dirección de Servicios de Restauración (1)
- Técnico Superior en Dirección de Cocina (2)
- Técnico Superior en Gestión de Alojamientos Turísticos (3)
- Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas (4)
- Técnico Superior en Agencias de viajes y Gestión de Eventos (5)

FORMACIÓN PROFESIONAL (MEDIO)

- Técnico en Cocina y Gastronomía (1)
- Técnico en Servicios de Restauración(2)

FORMACIÓN PROFESIONAL (INICIAL)

(Programas de cualificación profesional inicial: Es una vía para alumnos que no han obtenido el título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria)

* Auxiliar de alojamientos turísticos y catering (1)

* Auxiliar de servicios en restauración (2)

* Ayudante de Cocina (3)

La formación profesional específica (oficial) en España aborda la formación técnica de los futuros profesionales que realizarán su actividad en el sector de la Hostelería y el Turismo a diferentes niveles de cualificación a los que se puede acceder en función de la titulación académica anterior como se puede observar en el cuadro superior de este apartado.

Son muchas las titulaciones que se están ofertando actualmente, pero lo más significativo que podemos indicar es que no es un catálogo de titulaciones cerrado sino siempre abierto a futuras modificaciones en función a las demandas futuras del mercado.

Adjunto a este documento se incluyen documentos con el desarrollo de los ciclos formativos (inicial, medio y superior) en donde se pueden analizar los programas educativos de cada uno de ellos y la indicación de las competencias que deberá acreditar el alumnado para obtener la titulación correspondiente.

СИСТЕМА «БЕЛОЯР» — ОДИН ИЗ ВИДОВ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

Тихомирова О.Н., тренер системы «Белояр»

В России набирают силу различные виды туризма, а сочетание отдыха и лечебно-оздоровительных мероприятий наиболее популярный из них.

Оздоровительная система «Белояр» представлена в пансионатах Анапы — «Фея» и «Элита» на берегу Черного моря. «Белояр» даёт возможность поправить своё здоровье за короткий промежуток времени, отдыхая на море. Группы занимаются ежедневно в любое удобное для отдыхающих время. Программа находится в стадии развития: сотрудничество с санаториями расширяется.

Лечебно-оздоровительным видом туризма является проводимый ежегодно в Подмосковье «Международный фестиваль Белояр», где можно ознакомиться с различными оздоровительными славянскими практиками, лечебными методиками, тренировки по системе «Белояр» и отдохнуть среди красот русской природы.

Команда «Белояр» в Нижнем Новгороде также ежегодно проводит подобное мероприятие — летний фестиваль «Белояр Поволжье» на берегу реки Линда. Теплая летняя погода, свежий воздух помогают людям войти в спокойный ритм и чувствовать себя комфортно.

В январе-марте мы ежегодно организуем зимний лагерь. Этот лагерь проводится на турбазе «Гуд лайф», где обеспечивается комфортабельное проживание, имеется вкусная аюрведическая кухня, проходят тренировки, есть баня.

Для россиян это наиболее удобная форма туризма, т.к. сочетает в себе заботу о здоровье, небольшие материальные затраты, минимальную продолжительность проведения, а главное – генетически заложенную тягу к природе, гармонизацию с ней.

Занятия оздоровительной системой «Белояр» дают возможность восстановить здоровье через комплекс упражнений, основанных на принципах естественного движения. Также мы проводим выездные презентации и мастер-классы в Родовых поселениях и готовы участвовать в оздоровительных мероприятиях Нижегородского филиала Сочинского государственного университета.

«Белояр» — это отечественная система, работает уже около 20 лет. Она проста, понятна, эффективна и безопасна. Успешно заниматься могут люди любого возраста и степени физической подготовленности. Оказывает комплексное воздействие на организм: восстанавливает и укрепляет позвоночник, суставы. Занятия по системе «Белояр» являются не только видом лечебно-оздоровительного туризма, но и предлагают людям альтернативный досуг с оздоровительной направленностью, пропагандируют здоровый образ жизни, который легко применить на отдыхе с семьей, друзьями.

Здоровье и внутренняя гармония – это одни из главных критериев, которые должны отмечаться в результате оздоровительно-лечебного туризма! Система «Белояр» их дает!

Библиографический список:

1. Интернет-ресурс: [http // www/ beloyar.ru](http://www/beloyar.ru)

ПЕШЕХОДНЫЙ ТУРИЗМ В ЕВРОПЕЙСКОМ СОЮЗЕ

THE GOVERNANCE OF THE PEDESTRIAN ACTIVITIES IN THE EUROPEAN UNION

*Florent L., PhD, Assistant Professor
Groupe ESC Troyes, France*

Флоран Л., Франция

Пешеходный туризм в настоящее время является одним из самых практикуемых в Европе видов физической активности. Бесплатный и доступный всем – он пользуется большим успехом у европейцев. Для территориальных единиц пешеходный туризм является интересным двигателем развития, преимущество которого в том, что при минимальных инвестициях выгода может оказаться значительной. Некоторые страны, уже начиная с 19-го века, создавали маршруты для прогулок и походов, в то время как остальные занимаются этим совсем недавно. Каждая европейская страна разработала конкретный план управления пешеходным туризмом, что отражается на предложениях в этой области. Целью данной статьи является представить различные модели управления пешеходным туризмом, которые сосуществуют в Европе, и оценить их влияние на численность его сторонников.

The issues of the pedestrian activities.

Europeans are every year more numerous to practise a pedestrian activity for their leisure. Whether it is late in the afternoon after the work, the weekend or during the holidays, the hiking became one of the first leisure activities. In France, it is even the most practised sport: we consider that a third of the population practises the hiking for the leisure at least once in the year (Lefèvre et Thiéry, 2011). In the Germanic and Scandinavian countries, they are even more popular and develop very strongly in the Anglo-Saxon countries. The number of member to ramblers associations is increasing since the 1990s. Several factors explain this phenomena:

- The environmental concerns which became very important in societies
- The need for physical activity to compensate for the settled way of life of professional activities
- The natural need felt by the inhabitants of the European big cities.

In this communication, we qualify as pedestrian activity, any wandering on foot in purposes of relaxation or leisure on a route that it is or not marked out. We thus speak at the same time about the stroll of a few hours, about the lasting days hike and about the trekking in mountain middle.

Studies carried out since a few years show that the pedestrian activities have very important impacts on territories. For example in the natural regional park of Vercors in the French Alps, we noticed that the hiking brought back

every summer more of 1,5 millions of euros to the territory for 5000 stays (Florent, 2007). They also allowed giving a "green" and positive image to the territory and thus to attract other tourists, to create some employment, to maintain the populations in rural areas, to maintain public services, to maintain the landscapes... There is thus a real economic, social and environmental issue, to develop the tourist offer of hike for the European territories. But the impacts are really interesting, that if the offer of hike is of quality. As others demonstrated it, the tourist offer is partially influenced by the implication of the actors and by their organization model (Flagestad and Hope, 2001). That is why we wanted to know how the various European countries managed the pedestrian activities to meet the expectations of tourists.

Methodology and territories of study

To answer our problem we chose to study all the countries of the European Union, to which we added Norway and Switzerland. We try to seeing how every country manages the pedestrian activities and which are the law and the principles which govern these organizations. We thus studied in the 29 countries, the models of governance of the pedestrian activities. We collect our information on internet. Web sites supplied us the various legislations. Thanks to it, we were able to identify the actors in charge of the pedestrian activities, the hierarchical relationships, and the offer of hike... Some phone contacts allowed us to specify and to consolidate certain observations. Finally, during our journeys, we systematically practised the hiking to observe the offer. It was there so in France, Belgium, Netherlands, Germany, Italy, Spain, Portugal, Romania, England, Finland, Austria, Hungary, Greece, Czech Republic and Slovakia. It is obviously only about some walks of a few hours on three or four different paths in every country, but it gave us an outline of the conditions of walk in about fifteen different countries.

Results and discussion

With the works of P. Le Louarn (2002), and thanks to our research work we were able to establish a typology of the models of governance of the pedestrian activities in Europe. We were able to describe five of it. The Scandinavian model (Sweden, Norway, Finland, Estonia, Lithuania and Latvia): it is characterized by a total opening of the territory in the pedestrian activities by virtue of the *allemansrätt*. This principle wants that every one passes where he wants since he does not cause damage in the properties. The walk being a part of the Scandinavian lifestyle, hiking trails are very many there and very old. To be able to close a way, the owner has to give evidence of the embarrassment caused by the passage of the hikers. The *allemansrätt* dominates on the private property. The Scandinavian countries being almost empty, it is normal that vast territories are opened to the hikers without limitation. To avoid the damages, some space are the object of protective measure without being closed to the public. The pedestrian activities are managed in these countries by public institution in collaboration with ramblers 'associations. In Finland for example,

Metsähallitus is in charge of the development and the maintenance of hiking trails. It works in narrow partnership with local authorities, associations, people working in the tourist industry, inhabitants ... This allows it to propose a high-quality offer. It is the common characteristic of the hiking way in all these countries of the Northern Europe.

The Germanic model (Germany, Austria, Swiss, Slovenia, Denmark, Netherlands and Belgium) are inspired by the Scandinavian model, but the principle of total opening of the space applies only to certain places clearly defined (forest, high mountain pasture). Somewhere else, it is the private property which is imperative and is needed an authorization or an agreement of the owner to cross a territory. Certain spaces are closed for reasons of protection of the flora and fauna. In all these countries, there is an old tradition of hike and a big history of closeness with the nature. So actually ramblers' associations very early formed themselves and fitted out ways. That is why today it is the associations which are in charge of managing and of organizing the pedestrian activities in these Germanic countries. They are very numerous and propose here also an offer of one very high quality.

In the Latin model, (France, Italy, Spain, Portugal, Greece, Cyprus) inspired by the Roman law, the private property is more important than the freedom of circulation. Nothing prevents the freedom of closing and the usual passage on a way can be overnight eliminated without explanation. In Italy, the hike is made only on public highways. In France we can have a practice on public and private ways thanks to the introduction of the conventions of passages with the private owners. In these countries, the State and the local authorities play an important role in the organization of the pedestrian activities. Association developed there late and the State took things in hand. Nevertheless the offer is often reduced and basic. Some local territories put a lot more and propose good conditions of hiking. Associations have generally only a consultative role.

The English-Welsh model (England, Ireland): on the British islands, the territory is shared between big landowners. The private property supplants widely the law to circulate. Most of them forbid the circulation on their lands and fences are numerous. For a long time it was very difficult to go hiking in Great Britain. At the beginning of the 21st century, ramblers' associations obtained the freedom of walk to their way in the spaces of mountain, moor and pastures (law of 2005). This is completely inspired by Scandinavian and Germanic models. Many things remain to make to improve the conditions of hike even if paths are excellent and very well maintained. It is the associations which manage the offer of hike.

The East European model (Poland, Hungary, Slovakia, Czech Republic, Romania and Bulgaria) was marked by communist period. At the beginning of the 20th century, there were ramblers' numerous associations (in particular in the mountainous countries) which had begun to build an offer of hike. After the Second World War, it is communist sports movements which took over. The offer did not so much progress because the priority was not given to the

pedestrian activities. So that today, it is necessary to restart everything. Since the 1990s, new associations were born and put a lot to offer good conditions of hiking. But the offer remains limited due to the lack of means. In the East European model, the State works little in the development of the offer and things evolve slowly because of a lack of legislation on the circulation in the natural spaces.

Finally, the history plays a large part in the models of governance of the pedestrian activities in Europe. Where associations were prematurely born and when the relationship in the nature is strong (Scandinavian and Germanic model), it is always them who manage the pedestrian activities. The offer proposed to the walkers is high-quality, and the Scandinavian and Germanic countries are important destinations of hike. The impacts are important. In the South, in the centralized countries, the State always plays major role in the development of the hike. The Latin countries are not identified as destinations of hike but rather as seaside destinations: these states always gave the priority to the coast in their tourist development policy. Only France, thanks to the Alps, invests in the pedestrian activities. The English-Welsh and East European models are still young. In England, the effects of the law of 2005 emerge and the offer takes forms, but the destination is not identified yet. In the Eastern Europe, many remain to make: ways are to be fitted out and a law of the hike has to be born. But the potential is big.

It is imperative for the European countries today to set up models of effective governance of the pedestrian activities because the economic impacts in these tourist practices can be important. At the moment, the Germanic and Scandinavian models seem to be the most successful. English were inspired by it, Latin are there still far, European east would maybe observe them closely, especially as some made a commitment in this way at the beginning of the 20th century.

Bibliography

1. Dewitte L. La randonnée : un élément majeur des politiques des territoires ,// Revue espace n°. – 2000. – 187. - p38-44
2. Flagestad A. Strategic success in winter sports destinations: a sustainable value creative perspective / Flagestad A, Hope C. // Tourism Management. – 2001. - 22. – p 445-461.
3. Florent L. La contribution des activités pédestres au développement durable des territoires : l'exemple du PNR du Vercors . - 3^{ème} // journée scientifique du tourisme durable., Poitiers. – 2011, juin.
4. Florent L. Quelle gouvernance pour les activités pédestres ? Un enjeu pour le développement des territoires // thèse de doctorat, Université de Lille 1 à Lille, 2007.
5. Florent L. Quelle place pour les PNR dans l'organisation de la promenade et de la randonnée pédestre // Hommes et Terres du Nord, 2004. -№05/2

6. Hamel G The concept of core competence of the corporation: Competence Based Competition, John Wiley and Sons. - New York, 1994. - pp 11-33.
7. Lefevre B. Les principales activités physiques et sportives pratiquées en France en 2010 / Lefevre B, THIery P. - Stat-Info n°11-02. – 2011. novembre.
8. Le louarn P. Le droit de la randonnée pédestre. - Paris: Victoire Editions, 2002. – 207 p.
9. Van DER YEUGHT. la ressource-basedview et le développement durable au service de l'analyse stratégique : une application aux destinations touristiques. - 16^{ème}. - Conférence internationale de management stratégique, 2007. - AIMS.

5. ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И СЕРВИСА

АНАЛИЗ СИСТЕМ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ

*Болдин С.В., к.т.н., доцент,
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Системы дистанционного обучения специалистов туристской отрасли позволяют сократить затраты на организацию обучения в учебных заведениях за счет автоматизации многих процессов и использования Интернет-технологий. Системы включают в себя все передовые инструменты электронного обучения (e-Learning): конференции, форумы, создание учебных материалов и курсов, онлайн тесты, автоматическая сертификация, социальные сети и многое другое.

Подавляющее большинство электронных курсов построено на основе интернет-шаблонов, базирующихся на технологических принципах. В настоящее время созданы технические предпосылки для широкого использования дистанционного обучения в образовании.

Программное обеспечение для E-learning, представлено как простыми статическими HTML страницами, так и сложными системами управления обучением (LMS) и учебным контентом (LCMS), использующимся в корпоративных компьютерных сетях.

Успешное внедрение электронного обучения основывается на правильном выборе программного обеспечения, соответствующего конкретным требованиям, целям и задачам, предъявляемым в сфере туризма. К основным критериям выбора средств организации электронного обучения можно отнести следующие: функциональность, надежность, стабильность, стоимость, наличие средств разработки контента, система проверки знаний, удобство использования, модульность, обеспечение доступа, мультимедийность, масштабируемость и расширяемость.

На основе анализа существующих OpenSource систем можно выделить следующие: ATutor, Claroline, LAMS, Moodle, OLAT, OpenACS, Sakai.

ATutor представляет собой свободно распространяемую web-ориентированную систему управления учебным контентом, разработанную с учетом идей доступности и адаптируемости. Преподаватели могут быстро собирать, структурировать содержание учебного материала для проведения занятий on-line.

Claroline— платформа построения сайтов дистанционного обучения, созданная с учетом пожеланий преподавателей. Claroline позволяет создавать уроки, редактировать их содержимое, управлять ими.

Приложение включает генератор викторин, форумы, календарь, функцию разграничения доступа к документам, каталог ссылок, систему контроля за успехами обучаемого, модуль авторизации.

LAMS - система управления последовательностью учебных действий. LAMS предоставляет преподавателям визуальные средства для разработки структуры учебного процесса, позволяющие задавать последовательность видов учебной деятельности. Она предоставляет преподавателю понятный интерфейс для создания образовательного контента, который может включать в себя различные индивидуальные задания, задания для групповой работы и фронтальную работу с группой обучаемых.

OpenACS - это система для разработки масштабируемых, переносимых образовательных ресурсов. Она является основой для многих и университетов, занимающихся использованием технологий электронного обучения.

Sakai представляет собой онлайн систему организации учебного образовательного пространства. Sakai является системой с полностью открытым исходным кодом, которая поддерживается сообществом разработчиков. В систему интегрирована поддержка стандартов и спецификаций IMS Common Cartridge, SCORM.

Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment) (<http://moodle.org/>) Moodle - это среда дистанционного обучения, предназначенная для создания качественных дистанционных курсов.

В системе Moodle существует 3 типа форматов курсов: форум, структура (учебные модули без привязки к календарю), календарь (учебные модули с привязкой к календарю). Курс может содержать произвольное количество ресурсов (веб-страницы, книги, ссылки на файлы, каталоги) и произвольное количество интерактивных элементов курса.

В Moodle активно используется e-mail-рассылки копий сообщений с форумов, отзывов учителей, есть возможность отправки e-mail сообщений произвольной группе участников курса. Web-сайт Moodle бесплатно оказывает пользователям платформы качественную поддержку.

Системы с открытым кодом дают пользователям возможность доработки и адаптации конкретной системы к своим потребностям и текущей образовательной ситуации.

Наибольший интерес среди OpenSource систем представляет Moodle. Отличительная особенность проекта Moodle состоит в том, что вокруг него сформировалось наиболее активное международное сетевое сообщество разработчиков и пользователей, которые делятся опытом работы на платформе, обсуждают возникшие проблемы, обмениваются планами и результатами дальнейшего развития среды.

Библиографический список:

1. Горшкова Л.А. Высшее образование в России: традиции, проблемы и перспективы // Негосударственное образование в России. Традиции и перспективы: материалы международной научной конференции. ЧП-Т1. М.: Гуманитарный институт, 2010.

УЧЕБНАЯ ЭКСКУРСИЯ В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ

*Голубев В.А., к.и.н., доцент
ФГБОУ ВПО «НГТУ» им. Р. Алексеева*

Традиционно учебный процесс в высшей школе России осуществляется посредством проведения различных видов аудиторных и внеаудиторных занятий, а также организации самостоятельной работы студентов. В целях активизации познавательной деятельности студенческой молодежи многие преподаватели вузов практикуют использование учебных экскурсий, что предполагает проведение занятий вне учебных аудиторий вуза.

По содержанию учебной информации и практическому применению, экскурсионный метод является комплексным, что позволяет преподавателям вузов успешно выполнять требования государственного стандарта о внедрении в учебный процесс различных интерактивных форм обучения студентов и способствует формированию у выпускников необходимого набора знаний, умений и профессиональных навыков [1].

На Факультете коммуникативных технологий Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е.Алексеева уже второй год проводится подготовка кадров для сферы туризма и гостеприимства.

По программе дисциплины «История туризма и гостиничного дела» проводятся учебные экскурсии на местах старинных гостиниц нашего города, располагавшихся в 18-19 веках в районе современной площади Минина и Пожарского, на улицах: Рождественская, Стрелка, Пискунова и некоторых других. Существенной практической информацией для подготовки и проведения таких экскурсий являются воспоминания современников, содержащие подробные описания с интересными фактами проживания в упомянутых гостиницах. Объектом изучения для студентов служат исторические аспекты формирования гостиничного дела в современном крупном мегаполисе Поволжья.[2]

Цель и задачи учебных экскурсий сводятся к следующим учебным аспектам:

- Анализ особенностей развития сферы гостеприимства в Нижнем Новгороде с учётом существующих предложений по реконструкции отелей в исторической части города;

- Участие студентов в подготовке инновационного конкурентоспособного учебного экскурсионного продукта, позволяющего успешно реализовывать подготовку бакалавров гостиничного дела для сферы гостеприимства Нижнего Новгорода.

Учебная экскурсия: « Первые гостиницы в Нижнем Новгороде в 19 в.». Занятие проводится по модулю № 2: «Эволюция организованного туризма и гостиничного дела в 19 -20 вв.».

Тема: «Развитие гостиничного дела, первые организаторы гостиничного бизнеса Нижнего Новгорода: Деулин Д.Г., Ермолаев И.Д., Соболев И.Н., Бубнов И.М. и др.»

Маршрут экскурсии: место сбора учебной группы – пл. Минина. Гостиница Деулина Д.Г. и экскурсия в Музей А.С.Пушкина. Далее – бывшая Почтовая гостиница в районе Черного пруда. Переход по Ивановскому съезду на ул. Рождественскую. Продолжение экскурсии – осмотр бывших гостиниц, начиная от «полицмейстерских номеров» до бывшей гостиницы «Санкт – Петербург» на Нижневолжской набережной (район Канавинского моста).

Общие методические указания: Богатые нижегородские купцы в 19 веке начинают строить в Нижнем Новгороде первые небольшие гостиницы, где торговым гостям города представляли ночлег, развлечения и еду. Почти при каждой были трактиры, о чем сообщают исторические документы, сведения из мемуаров и описаний путешественников той эпохи. В верхней части города первые гостиницы стали появляться на Благовещенской площади (современная площадь Минина).

Экскурсионная справка. На Благовещенской площади находились считавшиеся лучшими гостиничные номера купца Деулина Д.Г., в которых останавливались на постой наиболее состоятельные гости. Этой гостиницей пользовались не только знатные путешественники, но и государственные чиновники. Гостиница представляла собой два каменных двухэтажных дома, с глубокими сводчатыми подвалами. Дома были построены в 1820-1823 годах по проекту архитектора И.В. Ефимова. В первом этаже купец открыл торговлю «виноградными винами и водками», а вверху – гостиничные номера. Гостей в городе было немало, и расположенная рядом с почтовой конторой и присутственными местами гостиница приносили хозяину постоянный, хотя и не столь значительный, как хотелось бы ему, доход.

Одним из самых известных постояльцев этой гостиницы был А.С.Пушкин, посетивший Нижний Новгород в сентябре 1833г. Участники экскурсии посещают музей А.С. Пушкина, из рассказов экскурсовода узнают информацию о гостиничных услугах, прогулках поэта по городу. Далее группа, направляется на осмотр бывшей Почтовой гостиницы, где в январе 1892 г. останавливался великий русский писатель А.П.Чехов.

Экскурсионная справка. Гостиница располагается в доме № 1 на современной улице Ошарская и сохраняет планировку двухэтажного здания эпохи 19 в. Гостиничные номера занимали второй этаж

коридорного типа. Во второй половине XIX века территорию вокруг гостиницы и Черного пруда благоустроили, оборудовали вдоль береговой линии иллюминацию, и он превратился в одно из самых популярных у нижегородцев мест проведения досуга. Здесь проходили массовые народные гулянья, галантные кавалеры катали на лодках благородных дам, а на берегу раскинулись различные увеселительные заведения.

Экскурсионный маршрут продолжается и по Ивановскому съезду, наша группа выходит на ул. Рождественскую, которая уже давно была тесно связана с ярмарочной торговлей и гостиничным промыслом. По ходу учебной экскурсии ее участники получают практическую информацию, знакомятся с материалами исторических фактов по местам расположения гостиниц, гостиничных номеров, гостевых комнат и других средств размещения [3].

С начала XIX века гостиничный бизнес в городе строится уже по всем законам европейского стиля, появились и первые организаторы гостиничного бизнеса. На городском рынке гостеприимства выделялись: А.А. Извольский, И.Д.Ермолаев, А.Б.Смирнов, И.Н.Соболев, стремившиеся создать лучшие центры гостиничной индустрии.

Экскурсионная справка. Подле многих гостиниц по вечерам раздаются песни, звучат балалайки и гармоники и слышится топот трепака. Рождественская улица оживлена народом круглый год, но с начала весны движение на ней усиливается. Гостиницы И.Д. Ермолаева (над снастными рядами) и И.М. Бубнова (в Рыбном ряду, а также выходящая и на набережную) служили местом окончания многих торговых сделок. Последняя гостиница есть лучшая из всех находящихся в нижней части города. Гостиница И.М. Бубнова щеголяет столом и номерами, последние в ярмарку отдаются очень дорого, а именно: за 2 комнаты от 2 до 5, а за три от 8 до 10 рублей серебром в сутки.

Определенный профессиональный интерес экскурсантов вызывает здание бывшего Городского общественного дома, где размещались шикарные гостиничные номера Ермолаева Е.Д., занимавшие почти весь второй этаж этого уникального архитектурного ансамбля. Необычайно интересным экскурсионным объектом на улице Рождественской также является Блиновский пассаж, где располагались различные по комфорту гостиничные номера и шикарный ресторан.

Экскурсанты с интересом задерживаются около бывшего доходного дома купца А.Б Смирнова, успешно занимавшегося гостиничным делом с 1823 г. Привлекательным объектом также является дом купца И.Н.Соболева, в котором размещался популярный ресторан и «демократичные» гостиничные номера. Экскурсия по гостиничной линии Рождественской улицы завершается на бывшей Нижней Благовещенской площади в районе современного Канавинского моста, где до его постройки располагался отель «Санкт – Петербург».

Библиографический список:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 101100 «Гостиничное дело». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://минобрнауки.рф/документы/924>
2. Голубев В.А. История туризма и гостиничного хозяйства. - М.: 2003. – 45 с.
3. Наследие Рождественской стороны. Сборник. – Н. Новгород, 2012. – 400 с.

ПУТИ РЕШЕНИЯ КАДРОВЫХ ПРОБЛЕМ В СФЕРЕ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ

*Клюев К., заместитель генерального менеджера
Отель «Ибис», г. Нижний Новгород, Россия*

Гостиничная индустрия в России развивается достаточно высокими темпами. За последние 2 года многие международные гостиничные операторы начали активную экспансию в регионы, и это позволяет говорить в некоторых случаях, об удвоении количества имеющихся у сетей отелей к 2016 году. Тысячи номеров, которые будут построены в ближайшее время, означают наличие новых рабочих мест.

Гостиничная индустрия в России еще довольно молода, особенно в регионах, куда экспансия лишь только началась. Сейчас, в период становления, управленцам сферы гостиничного бизнеса особенно нужно понимать, как важно привлечь и сохранить на рабочих местах ответственных людей, прекрасно выполняющих и знающих свои профессиональные обязанности.

Персонал - это один из наиболее значимых ресурсов современного отеля. В условиях все более усиливающейся конкуренции, данная проблематика становится особенно актуальной в Нижнем Новгороде. В самое ближайшее время начнется поток основных гостиничных операторов в город.

Уже сейчас, в нашем Отеле «Ибис» мы задумались, как построить сильную, сплоченную команду, которая может работать долго и эффективно. Наша задача - сделать отель «Ибис» местом, куда хочется приходить на работу. Прежде чем, что-либо сделать в этом направлении, мы всегда отвечаем на 3 вопроса:

- 1) Как это улучшит запросы и удовлетворенность сервисом гостей?
- 2) Как это увеличит финансовый результат?
- 3) Как это сможет повысить мотивацию сотрудников?

Для решения задачи построения сильной команды мы разработали специальную программу, которая называется GLAD и объединяет три главных аспекта – гостей, финансирование и сотрудников. GLAD это

аббревиатура, которая расшифровывается: Greet and smile (приветствуй с улыбкой), Look professional (выгляди профессионально), Anticipate guests needs (предвосхищай желания гостя), Delivery fantastic service (предоставляй незабываемый сервис). Также нами разработан специальный тренинг для всех сотрудников Отеля, в ходе которого они обучаются азам гостеприимства.

В результате применения, казалось бы, таких простых шагов, мы, прежде всего, повысили удовлетворенность наших гостей сервисом. Довольные гости, выбирая наш отель среди прочих, способствуют улучшению финансового результата. Мотивация сотрудников повышается с помощью ряда поощрительных программ, не связанных с деньгами.

В настоящее время еще одной проблемой многих компаний является стоимость замещения кадров или по-другому, «стоимость текучки». Когда сотрудник покидает компанию, всегда есть 2 вида затрат: прямые, которые можно быстро посчитать, например затраты на рекламные объявления, комиссия рекрутинговому агентству, увеличение зарплаты для нового кандидата и т.д. и косвенные, которые не так видимы, их не так просто подсчитать. К ним мы относим потерянное время и деньги на обучение сотрудника, недокомплектование отдела, когда обязанности ушедшего работника временно распределяются между оставшимися сотрудниками. Вместе, оба вида затрат образуют существенный пробел в бюджете компании.

Программа GLAD нацелена на удержание ценных сотрудников внутри компании, поддержание благоприятной рабочей атмосферы, и мы надеемся, позволит нам быть готовыми к появлению новых отелей на рынке Нижнего Новгорода.

В условиях развивающейся индустрии гостеприимства еще одним важным моментом становится начальная подготовка кадров. К сожалению, у нас нет специализированных отельных школ, как в Европе и Америке. С этим связано, что в отель не всегда приходят люди сервис-ориентированные. Поэтому нашим следующим шагом стало налаживание тесных контактов с профильными факультетами вузов, которые готовят студентов по направлениям «сервис» и «туризм». От такого сотрудничества выигрывают все стороны. Университеты имеют площадку для прохождения практики и последующего возможного трудоустройства студентов, отель получает базу потенциальных работников. И мы надеемся, в будущем город сможет достойно принять Чемпионат Мира по футболу 2018 года, когда потребуются большое количество волонтеров, прошедших реальную практику в отеле.

В условиях высокой рыночной конкуренции выиграет тот, кто сделает правильные шаги в плане привлечения и сохранения персонала. От этого напрямую будет зависеть финансовый результат отеля.

ПОЛЕВЫЕ ПРАКТИКИ ПО БЕЗОПАСНОСТИ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Неделяева А.В., к.б.н., доцент,

Паренко М.К., д.б.н., доцент,

Прилашкевич Г.В., ст. преподаватель

*ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный
педагогический университет имени Козьмы Минина»*

Введение в учебные планы общеобразовательных школ дисциплины «Основы безопасности жизнедеятельности» вызвало необходимость подготовки квалифицированных специалистов по данному направлению. В Нижегородском государственном педагогическом университете с 2000 г. на естественно - географическом факультете ведется подготовка студентов по направлению «География с дополнительной специальностью безопасность жизнедеятельности» (5-летнее обучение по программе специалитета, а с 2011 г. - по программе бакалавриата).

Наряду с базовыми дисциплинами предметной подготовки, такими как «Теоретические основы безопасности жизнедеятельности», «Опасные ситуации природного характера и защита от них», «Основы медицинских знаний и профилактика болезней» и др., студенты данного направления изучают «Основы школьного и спортивного туризма», а также проходят полевые практики «Основы школьного и спортивного туризма», «Безопасность жизнедеятельности в природных условиях». В ходе туристической подготовки студенты приобретают знания о своем крае, технике и тактике туризма, ориентированию на местности, действию в экстремальных ситуациях природного характера. Содержание программ по основам туризма и полевой практике основывается на цикличности познавательного тренировочного процесса по принципу спирали, ролевой системе творческого самоуправления.

Разработанные на кафедре курсы туристической подготовки будущих учителей «Основ безопасности жизнедеятельности» предполагают четыре основных направления в воспитательном, образовательном и тренировочном процессе: развитие самостоятельности студентов на базе создания благоприятных условий для проявления ими инициативы, развития творческого потенциала, ответственности и самовыражения личности; морально-волевая подготовка в процессе выполнения должностных функций, преодоление специфических сложностей, возникших в тренировочных или экстремальных ситуациях; формирование разносторонней развитой личности; физическое воспитание и туристские навыки.

Для эффективного усвоения учебного материала, развития жизненных навыков практическая деятельность студентов осуществляется преимущественно на местности, а не в учебной аудитории, в непосредственном контакте с природной средой во время учебно-

тренировочных походов, сборов, соревнований. Учебные занятия проводятся в парке Швейцария, на Щелковском хуторе или же во время однодневных субботних и воскресных поездок в ближайшие районы Нижегородской области.

Развитие и закрепление на практике необходимых умений и навыков безопасного поведения в природной среде в полном объеме осуществляется во время прохождения студентами полевых практик в летнее время. Каждая полевая практика включает комплекс воспитательно-образовательно-оздоровительных задач, ориентированных на гармоничное развитие личности студента, в том числе экологически грамотное отношение к природе.

Полевая практика «Основы школьного и спортивного туризма» проходит у студентов на втором курсе в конце четвертого семестра в июне. Практика проходит во время ежегодных школьных соревнований по туризму в разных районах Нижегородской области. Несомненной ценностью данной полевой практики является взаимодействие студентов со школьниками и педагогами, являющимися руководителями ученических туристических команд.

Полевая практика «Безопасность жизнедеятельности в природных условиях» проходит на 3 курсе в условиях учебно-тренировочного водного похода. Данная практика позволяет студентам отработать разнообразные туристические навыки, а также проявить свои коммуникативные и организаторские способности. Рассмотрим примерную программу практики.

Первый и второй день. Оборудование бивака. Сборка и подготовка плавсредств: байдарки и плоты. Тренировочные занятия по технике управления плавсредствами на воде, преодоления препятствий на воде. Техника безопасного поведения на воде.

Третий, четвертый, шестой, седьмой день. Сплав по реке. Организация безопасных действий туристов при преодолении препятствий на реке на длинной дистанции. Оценки действий туристов по оказанию помощи в аварийных ситуациях, при преодолении препятствий на реке.

Пятый, восьмой день. Дневка. Постановка короткой технической дистанции. Проведение соревнований на дистанции. Оценки действий спортсменов при преодолении технических препятствий. Организация и проведение конкурсной программы туристских слетов. Конкурс художественной самодеятельности

Девятый день – 6 часов. Сворачивание лагеря. Подготовка снаряжения к транспортировке. Уборка территории от мусора.

Полевые практики - обязательное звено учебного процесса в системе высшего образования естественнонаучного направления. Полевые практики по безопасности жизнедеятельности направлены на расширение и углубление знаний студентов, полученных в процессе теоретического изучения материала. Они способствуют формированию экологического

мировоззрения, дают наглядное представление о природных явлениях и их взаимосвязи, учат принимать решения в нестандартных условиях и мн. др.

РОЛЬ УЧРЕЖДЕНИЙ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА РЕГИОНА

Рындина И.В., ст. преподаватель

Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород,

Костина О.А., к.психол.н., доцент

*Нижегородский институт управления Филиал Российской академии
народного хозяйства и государственной службы, г. Н.Новгород*

Интерес к проблемам формирования имиджа страны, региона, города за последнее десятилетие резко возрос, что обусловлено многочисленными факторами, связанными с ускоряющимися изменениями в экономической, политической, технологической сферах: от развития процессов глобализации и ужесточения требований к конкурентоспособности регионов в ситуации рыночной экономики, до осознания обществом значимости патриотического воспитания и др. Данная тема освещается не только в переводных работах зарубежных авторов, в научных исследованиях по различным специальностям [2;4;5;8;9], но и во множестве публикаций в периодических изданиях, а также проявляется в значительной активности общества в реализации различных имиджевых проектов [например, www.10russia.ru].

Нельзя не согласиться со сложившимся представлением [2], что бренд города, региона — сложное, многоплановое явление, охватывающее все грани существования территории. При этом взаимодействие с многочисленными «причастными сторонами» должно строиться при помощи целостного имиджа, а не сводиться только к туристическому аспекту, как часто сегодня это бывает.

В ситуации, когда конкуренция между регионами не только внутри страны, но и в мире становится все активнее, «...они соревнуются в привлечении талантов и инвестиций, развитии туризма, проведении спортивных и культурных мероприятий и других направлениях, в которых планируют развиваться и обновляться...» [2, с.20] возрастает необходимость управления процессом коммуникации, что позволяет более эффективно создавать определенный имидж региона, реализовывать мероприятия информационно-пропагандистского характера. «Местам приходится всё больше полагаться на собственные ресурсы в ситуации обострившейся конкуренции» [3, с.352]. Расположенные в регионе учреждения высшего профессионального образования могут стать такими ресурсами.

В ряде исследований, затрагивающих различные аспекты стратегии развития российских вузов [1;6], авторами отмечается слабая ориентация образовательных учреждений на миссию ресурса развития территории: перспективы изменения региональных рынков труда слабо влияют на структуру приема в высшие учебные заведения; развитие вузов, не достаточно ориентировано на экономическое и социокультурное становление региона и территорий; для многих регионов характерна низкая степень интеграции науки, образования и бизнеса. «Кроме миссии кадрового обеспечения экономического развития, вузы выполняют функцию важнейшего интеллектуального ресурса территорий, который в настоящее время в недостаточной степени используется, как органами исполнительной власти, так и местными сообществами» [1].

Как отмечено в Стратегии развития Нижегородской области до 2020 года регион является одним из ведущих в России образовательных центров, включающий 17 государственных ВУЗов, 18 филиалов иногородних и нижегородских ВУЗов и 20 негосударственных ВУЗов. «Научно-образовательный комплекс является не только сектором, обеспечивающим значительный вклад в экономику области, но и одним из ключевых факторов конкурентоспособности области, обеспечивая ее квалифицированными трудовыми ресурсами и поддерживая высокий уровень инновационной активности в промышленности» [7]. Современный вуз должен стать не только местом подготовки конкурентоспособных кадров и научным центром, но и активным субъектом разнопланового сотрудничества образования, власти и бизнеса.

Библиографический список:

1. Бобиенко О. М. Региональное позиционирование вузов как закономерная тенденция развития высшей школы // Проблемы современной экономики. - 2012. - №2. - URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/regionalnoe-pozitsionirovanie-vuzov-kak-zakonomernaya-tendentsiya-razvitiya-vysshey-shkoly> (дата обращения: 11.04.2013)
2. Динни К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики. – М.: Изд-во: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
3. Котлер Ф. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн. - СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005;
4. Панкрухин А. Маркетинг территорий. – СПб.: Питер, 2006;
5. Стась А. Новая геральдика. Как страны, регионы и города создают и развивают свои бренды. – М.: «Группа ИДТ», 2009.
6. Стратегии развития российских вузов: ответы на новые вызовы / под ред. Н.Л. Титовой — М: МАКС Пресс, 2008.
7. Стратегия развития Нижегородской области до 2020 года. - URL:

<http://minec.government-nnov.ru/?id=1678>

8. Чумиков А., Бочаров М. Государственный PR. – М.: Инфра-М, 2012.
9. Шабалин И.С. Имидж региона как информационно-политический ресурс: автореф... дис. на соиск. уч. степ. к.п.н. - М., 2005.

ФОРМИРОВАНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА

*Хусяинова Ю.Н., ст. преподаватель
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

В связи с проведением в России таких значимых международных событий, как Олимпиада в 2014г. и чемпионат мира по футболу в 2018г., возникает острая необходимость в подготовке кадров в области туристического сервиса в контексте процессов современной глобализации. Становится очевидным, что сейчас уже недостаточно готовить узких специалистов в своей области. Современный профессионал в области туризма – это не только гид, менеджер гостиницы и т.д., это в первую очередь языковая личность, способная вести межкультурную коммуникацию на иностранном языке. Как следствие, необходимо формирование межкультурной компетентности будущих специалистов в данной области.

Уже доказано, что одного только владения иностранным языком недостаточно для успешного ведения коммуникации с представителями других стран. Большинство культурологов, социальных психологов и этнолингвистов полагают, что при формировании межкультурной компетентности особое внимание следует уделять различным стилям взаимодействия и национальным особенностям и ценностям представителей различных культур. Специалист, работающий в международных организациях и объединениях должен знать особенности культур представителей всех групп, чтобы предупредить и не допустить возможных межкультурных конфликтов из-за непонимания, неприятия и неправильного толкования жестов, поступков и поведения представителей других культур.

Понять другого человека (в особенности иностранца), его намерения, желания, спрогнозировать его поведение, а также быть способным сделать себя понятным для других, оказываются жизненно важными навыками. Основываясь на вышеизложенном, представляется крайне необходимым дать каждому специалисту, вовлеченному в международную коммуникацию, представление о типологии культур, моделей поведения, ценностных установок, принятых в различных культурах. В зависимости от значения и сочетания тех или иных факторов в каждой социокультурной группе формируются свои ценностные ориентации, выражающиеся в специфическом отношении ко времени, пространству,

характеру общения, личной свободе индивида, природе самого человека, дистанции власти, избегание неопределенности и т.д.

Так, по критерию отношению ко времени можно определить культурную направленность человеческой жизни, которая может быть ориентирована на прошлое, настоящее или будущее. В культурах с преобладающей ориентацией на прошлое особое внимание уделяется традициям, тесным родственным связям. Представители этого типа культур часто фокусируются на нескольких делах одновременно, меняют планы, не всегда следуют запланированным срокам, поэтому они часто опаздывают, воздерживаются от четких обещаний (арабские страны, Латинская Америка, некоторые страны Азии). В культурах с преобладающей ориентацией на настоящее люди пунктуальны, ценится соответствие планов и результатов, время фиксировано, необратимо и поэтому очень ценно (Германия, Швейцария, Северная Европа) [2, с.105].

В соответствии с параметром отношения к пространству культуры делятся на те, в которых преобладающая роль принадлежит общественному пространству, для представителей которых характерно небольшое расстояние между индивидами во время общения, частые прикосновения, приход в гости без приглашения, осмотр личных вещей других людей (Италия, Испания, Россия) и на те, в которых главная роль принадлежит личному пространству, представители которых общаются на дистанции не менее вытянутой руки, заранее согласовывают визиты, на работе имеют отдельные офисы, а дома члены семьи живут в отдельных комнатах (Германия, США) [3, с.107].

Критерий «характер общения» делит культуры на высококонтекстуальные и низкоконтекстуальные. В некоторых культурах для полноценного общения необходима дополнительная информация. В таких культурах практически отсутствуют неформальные сети информации, и поэтому люди оказываются недостаточно информированными. Это культуры с низким контекстом, в которых вся информация должна быть выражена вербально. Важное значение придается формальному общению, эмоциональность не приветствуется. Представители этого типа культуры не смешивают личные отношения с работой и другими аспектами жизни (Германия, Швейцария, США). Для представителей высококонтекстуальных культур много информации передается неязыковым контекстом – иерархией, статусом, внешним видом, местом, временем и т.д. Общение характеризуется эмоциональностью и частым восприятием деловых отношений как личных (Россия, Япония, Италия, Испания, Франция) [3, с.86].

По критерию отношения к личной свободе культуры разделяются на индивидуалистские, где характерен акцент на личном Я, ценятся личная инициатива, личные достижения, имеется распространённость полагаться только на себя, предпочтение отдается соревнованию и конкуренции (Германия, США, Австралия, Великобритания) и на коллективистские, где главным является понятие «Мы». Групповые цели, потребности, взгляды

доминируют над личными, сотрудничество, совместную деятельность и скромность считают наиболее ценными (традиционные азиатские и африканские культуры, Латинская Америка) [3, с. 111].

Только осознавая типологические характеристики родной культуры, и зная особенности представителей других стран, можно эффективно вести коммуникацию на международном уровне. Собеседники, которым известно, что они вступают в контакт с представителями чужой культуры, учитывают этот факт при выборе коммуникативных средств, что упрощает их взаимодействие. Так, носители языка, обладающие опытом межкультурного общения, стараются говорить более четко и медленно, избегают использования идиом, специфических слов и выражений, сленга и сложных синтаксических конструкций. Так же эффективность коммуникации зависит от таких факторов, как этноцентризм, языковая компетентность, глубина погружения в другую культуру.

Итак, психологический настрой на кооперацию с представителями другой культуры, открытость к познанию чужой культуры, способность преодолевать стереотипы, творческое и сознательное отношение к процессу коммуникации с использованием соответствующих моделей и стилей коммуникации, владение набором коммуникативных средств и их правильный выбор в зависимости от ситуации общения, соблюдение этикетных норм своей и чужой культуры даст возможность специалистам в области туризма, взаимодействуя на международном уровне, прогнозировать ход межкультурной коммуникации, делать выводы, предупреждать возникновение ошибок и конфликтов в процессе межкультурного общения.

Библиографический список:

1. Межкультурная коммуникация и инновации в преподавании иностранных языков в вузе: коллективная монография / ред. В.П. Фурманова, С.Г. Грачева-Оуэн, С.В. Беспалова. – Саранск: Мордовский государственный университет имени Н.П.Огарева, 2005. – 196 с.
2. Мошняга, Е.В. Концептуальное пространство межкультурной коммуникации в туризме в условиях глобализации: монография / Е.В. Мошняга. – М.: Советский спорт, 2010. – 218 с.
3. Садохин, А.П. Межкультурная коммуникация: учебное пособие / А.П. Садохин. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012. – 288 с.

6. РЕКРЕАЦИОННО-ДОСУГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ И СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ

О ЗНАЧЕНИИ УЧЕТА МЕТЕОГЕЛИОТРОПНЫХ РЕАКЦИЙ ЧЕЛОВЕКА ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ И РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Журавишкина Е.Г., к.б.н., доцент,
ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный
педагогический университет имени Козьмы Минина»*

Развитие любых видов туризма предполагает усиление перемещения людей, посещение ими различных климатогеографических территорий, а значит более активное и разнообразное влияние природных факторов, приводящее к изменениям в функционировании практически всех систем организма. В этих условиях большое значение приобретают личностные особенности адаптационных и акклиматизационных процессов, а также состояние адаптационных механизмов и резервов организма, поддерживающие благополучие организма. Одной из обязательных составляющих положительного эффекта туристической деятельности является создание условий для полноценного развертывания адаптационных процессов, для сохранения и улучшения здоровья туристов.

Рекреационная деятельность, ставя во главу угла восстановление уровня здоровья и резервов организма, также подразумевает обязательное использование стимулирующего влияния внешней среды. Основным систематическим природным влиянием на любой живой организм является воздействие климатического комплекса, так как оно сопровождает его постоянно как эволюционно, так и онтогенетически [3, 4].

Таким образом, можно считать доказанной актуальность учета особенностей влияния метеогелиофакторов на организм человека при организации туристической и рекреационной деятельности.

Реакция на метеогелиовлияние – это обязательная физиологическая составляющая жизнедеятельности любого человека. Больные, в силу нарушенных механизмов и резервов адаптации, более чувствительны к воздействию, их реакции часто включают в себя элемент отягощения основного патологического процесса [2]. У людей в третьем состоянии отмечается недостаточность адаптационных процессов, а значит, могут также проявиться метеопатические реакции. У здоровых людей реакции могут быть даже только на эмоционально – поведенческом уровне.

Основными биологически активными климатическими параметрами являются солнечная активность, геомагнитное поле, атмосферное давление, температура и влажность воздуха, наличие осадков. Главными мишенями такого воздействия являются сердечно-сосудистая и нервная

системы, причем в нервной системе это качество и уровень внимания, процессы регистрации информации, реактивность нервной системы и функционирование вегетативной нервной системы.

Метеочувствительность людей меняется с возрастом, а метеоадаптация по временным параметрам бывает двух типов. В условиях постоянного места жительства метеоадаптация разворачивается на стадии острой адаптации. Во время туристических перемещений могут быть задействованы все основные, а в случае неблагоприятной ситуации и дополнительные стадии адаптации. Сами метеогелиотропные реакции организма можно подразделить на общие и индивидуальные. Необходимо также учитывать, что помимо объективных составляющих, влияние метеогелиофакторов на организм человека сопровождается комплексом субъективных характеристик, часто зависящих от эмоционального состояния людей и их личных особенностей. Своевременное выявление всех этих составляющих метеогелиореакций человека позволит повысить качество туристической и рекреационной деятельности и сделать ее более безопасной.

При организации туристических туров помимо особенностей метеогелиореакции их участников необходимо учитывать, что любые территориально-климатические перемещения людей будут сопровождаться возникновением акклиматизационной нагрузки на организм, которая может значительно повлиять на их состояние здоровья. Поэтому на стадии подготовки туристического тура необходимо на основе объективных данных о климатогеографических особенностях места назначения оценивать эти риски.

Рекреационная деятельность по своей сути может быть условно разделена на два уровня. Досугово - развлекательный уровень подразумевает восстановление эмоционального и частично интеллектуально-нравственного состояния человека. Организация подобной работы практически не требует дополнительных знаний в области особенностей метеогелиовлияния на организм человека. Необходимо только учитывать, что в разных метеогелиоусловиях меняется эмоциональный фон человеческой деятельности, а значит, может быть, разный результат деятельности.

Второй уровень – восстановительный – требует достаточных знаний в области адаптационной физиологии. Такая работа подразумевает создание условий для отдыха, восстановления здоровья и резервов организма. Полноценный положительный результат в этом случае будет достигнут только при организации работы с учетом особенностей влияния метеогелиофакторов на организм отдыхающих, а также оценки окружающей среды с точки зрения медицинской климатологии. Кроме этого, обязательным является проведение работы по профилактике метеогелиопатических реакций, что будет способствовать не только сохранению здоровья, но и повышению работоспособности людей. Если имеет место чисто рекреационная деятельность, то в подборе

профилактического комплекса основное внимание уделяется профессии и личным пожеланиям отдыхающего. Нужно отметить также, что рекреационная работа второго уровня может проводиться в рамках лечебно-профилактического, прежде всего, санаторного учреждения. В этом случае медицинские работники проводят оценку состояния здоровья человека на момент обращения и подбирают профилактический комплекс, наиболее соответствующий ему. Окончательный профилактический комплекс разрабатывается совместно работниками рекреационного учреждения и медиком. Нужно также учитывать, что учет метеогелиотропных реакций должен коснуться самих работников этой сферы, что позволит улучшить их здоровье и повысить работоспособность.

Для стандартизации изучения влияния метеогелиофакторов на организм человека и подбора соответствующего профилактического комплекса ранее нами была разработана соответствующая карта и методические рекомендации к ней [1].

Для полноценного учета метеогелиотропных реакций человека при организации туристической и рекреационной деятельности важным является и вопрос о соответствующей подготовке специалистов. Для этого нужно ввести спецкурс «Влияние метеогелиофакторов и метеогелиопрофилактика» в учебный план ВУЗов соответствующего профиля или добавить соответствующий раздел в курс дисциплин медико-биологического блока. Кроме этого, необходимо добавить соответствующую компетенцию в стандарт специалистов в области туризма и рекреационного дела.

Таким образом, учет метеогелиотропных реакций человека должен стать обязательным компонентом при организации любой туристической и рекреационной деятельности.

Библиографический список:

1. Сучкина Е.Г. Влияние метеогелиофакторов на некоторые психофизиологические реакции человека и метеогелиопрофилактика (методические рекомендации для врачей). - Горький, 1983
2. Сучкина Е.Г. Влияние метеогелиофакторов на психофизиологические реакции здоровых и больных сосудистым поражением мозга / Е. Г. Сучкина, В. Д. Трошин // Журнал невропатологии и психиатрии. - 1987. - Т. 34, вып.9. - С. 218 – 221.
3. Журавишкина Е.Г. К вопросу о метеоадаптации детей // Влияние природных и антропогенных факторов на социозкосистемы. Межрегиональный сборник научных трудов. Рязань, 2007. – Рязань, 2007. - С.135-138
4. Журавишкина Е.Г. О возрастных аспектах метеоадаптации учеников средней школы // Материалы 8 Всероссийской научно-практической конференции « Образование в России: медико-психологический аспект», Калуга, 2003. – Калуга, 2003. - С. 207 – 211.

ПРИМЕНЕНИЕ ГИДРОКИНЕЗОТЕРАПИИ ДЛЯ КОРРЕКЦИИ НАРУШЕНИЙ ОСАНКИ У ДЕТЕЙ

*Зверев Ю.П., к.м.н., доцент,
Будняков М.А., студент гр. А-51-08
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

В последнее время в России существенно расширились возможности для применения гидрокинезотерапии у лиц с временными или постоянными ограничениями жизнедеятельности. Это, прежде всего, связано с появлением большого количества физкультурно-оздоровительных комплексов (ФОК), плавательных бассейнов, аквапарков и СПА-центров. Однако, возможности использования этих учреждений в целях адаптивной двигательной рекреации, а также в реабилитационных и профилактических целях используются недостаточно.

Особую актуальность представляет адаптивное физическое воспитание детей с плоской спиной, поскольку данный тип нарушения осанки наиболее склонен к прогрессированию и к трансформации в сколиотическую болезнь [1,2]. Поэтому поиск новых методических подходов в коррекции плоской спины у детей не вызывает сомнений.

Гидрокинезотерапия имеет существенные преимущества перед другими коррекционными методами, поскольку она позволяет производить исправление нарушения осанки из разгрузочного положения позвоночника с применением самых различных упражнений и в сочетании с освоением навыков плавания [3,4]. Кроме того, водная среда, по сравнению с воздушной, оказывает большее сопротивление движениям, что способствует эффективной тренировке и укреплению опорно-двигательного аппарата [3]. Данная особенность упражнений в воде особенно актуальна при плоской спине, поскольку этот тип нарушения осанки отмечается у физически ослабленных детей [2].

Целью настоящего исследования является оценка эффективности методики коррекционно-развивающих занятий адаптивной физической культурой (АФК), включающих лечебное дозированное плавание, лечебную гимнастику и гидрокинезотерапию у мальчиков младшего школьного возраста с нарушением осанки по типу «плоская спина» в условиях физкультурно-оздоровительного комплекса (ФОК).

Исследование проводилось в течение 6 недель на базе ГБУ ФОК «Мещерский» в г. Н. Новгород. Было сформировано 2 группы мальчиков младшего школьного возраста (контрольная и экспериментальная), по 7 детей в каждой группе.

Группы были сходны по антропометрическим параметрам, физическому развитию и типу нарушения осанки («плоская спина»), но отличались по выбранной методике АФК. В контрольной группе использовались корригирующая лечебная гимнастика и лечебное дозированное плавание стилем брасс, а в экспериментальной группе -

корректирующая лечебная гимнастика, лечебное дозированное плавание и гидрокинезотерапия. В комплекс гидрокинезотерапии входили физические упражнения в воде, направленные на развитие дыхательной и сердечно-сосудистой систем, на увеличение силы и силовой выносливости мышц «мышечного корсета» позвоночника, на растяжение и увеличение гибкости позвоночника, а также упражнения на улучшение общей физической подготовленности детей.

Коррекционно-развивающие занятия АФК в каждой группе проводились 3 раза в неделю, по 90 мин каждое.

Для объективизации эффективности экспериментальной методики использовали оценку изменений параметров функционального состояния позвоночника и физической подготовленности в ходе исследования (таблица).

Результаты исследования показали, что исходное функциональное состояние позвоночника и физической подготовленности по всем анализируемым показателям у детей с плоской спиной было существенно ниже возрастно-половой нормы и оценивалось как «неудовлетворительное» (таблица)

Таблица 1

Показатели функционального состояния позвоночника и физической подготовленности детей экспериментальной (ЭГ) и контрольной (КГ) групп в ходе исследования

Показатель	Группы	В начале исследования ($X \pm \sigma$)	В конце исследования ($X \pm \sigma$)	Достоверность
Силовая выносливость мышц спины, с	КГ	38,1 $\pm$ 3,27	50,4 $\pm$ 5,28	P<0,05
	ЭГ	38,1 $\pm$ 2,94	66,4 $\pm$ 3,92	P<0,05
	Достоверность	P>0,05	P<0,05	
Гибкость позвоночника вперед, мм	КГ	-99,8 $\pm$ 2,91	-87,8 $\pm$ 4,81	P<0,05
	ЭГ	-99,5 $\pm$ 3,3	-71 $\pm$ 2,16	P<0,05
	Достоверность	P>0,05	P<0,05	
Гибкость позвоночника назад, мм	КГ	9,7 $\pm$ 1,6	24,4 $\pm$ 1,4	P<0,05
	ЭГ	9,2 $\pm$ 1,03	30,1 $\pm$ 1,45	P<0,05
	Достоверность	P>0,05	P<0,05	
Прохождение дистанции 100 м брасс, с	КГ	129,7 $\pm$ 1,04	124,8 $\pm$ 1,12	P<0,05
	ЭГ	128,4 $\pm$ 1,17	121,7 $\pm$ 1,03	P<0,05
	Достоверность	P>0,05	P<0,05	

Данные, представленные в таблице, показывают, что в обеих группах в результате корректирующе-развивающих занятий АФК произошло статистически достоверное улучшение всех анализируемых показателей.

При отсутствии статистически значимых межгрупповых различий в исходных значениях анализируемых параметров, конечные среднегрупповые величины статической силовой выносливости мышц спины, активной гибкости позвоночника в сагиттальной плоскости и физической подготовленности в экспериментальной группе детей младшего школьного возраста с плоской спиной были достоверно выше, чем в контрольной ($P < 0,05$), что подтверждает эффективность экспериментальной методики АФК. Данный результат обусловлен тем, что занятия в воде усиливают положительный эффект от воздействия физических упражнений, повышают интерес к занятиям, побуждают детей к повышению уровня физической активности, стимулируют проявление инициативы, формируют привычку к здоровому образу жизни.

Таким образом, включение гидрокинезотерапии в комплекс занятий АФК, проводимых в условиях ФОКа, повышает эффективность корригирующе-тренирующего воздействия АФК на детей младшего школьного возраста с нарушением осанки по типу «плоская спина». Применение гидрокинезотерапии не требует никаких дополнительных материальных затрат в условиях ФОКа, но может существенно улучшить морфо-функциональное состояние опорно-двигательного аппарата у детей с нарушением осанки.

Библиографический список:

1. Кашуба В.А. Биомеханика осанки. – Изд-во «Олимпийская Литература». - 2003. - 279 с. – ISBN 966-7133-58-3.
2. Михеева А. Нарушения осанки у детей / А. Михеева, А. Румянцев, С. Чечельницкая. – М.: Феникс, - 2009. – 288 с. - ISBN: 978-5-222-13846-5.
3. Назаренко Ю.А. Гидрореабилитация и паралимпийское плавание // Адаптивная физическая культура. – 2010. – №4 (44). – С. 9-10.
4. Ситникова Н.С. Влияние кинезотерапии в воде и на суше на профилактику нарушения осанки у детей / Н.С. Ситникова, А.В. Ципляева // Педагогика, психология и медико-биологические проблемы физического воспитания и спорта. – 2011. - №8. – С. 87-90.

К ВОПРОСУ ОБ АКТУАЛЬНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ РЕКРЕАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

*Курсанов М.Ю., к.м.н., доцент
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Одной из наиболее серьезных проблем, стоящих перед современным человеком, является проблема хронической усталости. Объем поступающей сенсорной информации таков, что сознание просто не

успевает адекватно реагировать на быстро сменяющие друг друга события внешнего и внутреннего мира. Появление новой задачи на время вытесняет предыдущую, однако это не значит, что вытесненная задача полностью «выгружается» из памяти: она просто уходит из-под контроля сознания, отвлекая на себя некоторую часть ресурсов психики. Многократное повторение подобных вытеснений приводит к перегрузке центральной нервной системы. В конце концов, оказывается, что на очередную задачу ресурсов у мозга просто нет, а жизнь «требуется действия», тогда и возникает «накопленный» стресс, отличающийся от «простого» отсутствием видимой причины. В результате запускается целый ряд «аварийных» механизмов: растёт содержание адреналина в крови, вследствие чего повышается артериальное давление и нарастает агрессивность, организм начинает расходовать больше энергии, что и замыкает «порочный круг». С одной стороны, всё больше и больше энергии уходит на мобилизацию организма, а с другой, повышение уровня адреналина приводит к активации симпатического отдела вегетативной нервной системы, что помимо общей активизации, повышает риск развития депрессивных состояний. В результате, в мозге возникают очаги хронического возбуждения, не успевающие угаснуть за время ночного сна.

Данная проблема требует постановки ряда целей и решения, связанных с ними задач, направленных на повышение адаптационных способностей человека в условиях всеобщей интенсификации. Для их обозначения автор вводит понятие «рекреативные технологии».

Рекреативные технологии – это совокупность способов максимально возможного восстановления психо-физического потенциала клиента в минимально возможный промежуток времени.

Данный термин построен из слов: Рекреация (от лат. *recreatio* — восстановление, воссоздание) и технология (от др.-греч. *τέχνη* — искусство, мастерство, умение; *λόγος* — мысль, причина; методика, способ производства чего либо). Подробная смысловая расшифровка потребовалась потому, что в настоящее время многие авторы употребляют данный термин крайне некорректно.

Такое определение даёт возможность обозначить круг вопросов, решение которых повысит эффективность рекреационных мероприятий.

В настоящее время существует достаточно много способов «отдыха от работы»: от похода в баню до выезда на рыбалку или на горнолыжный курорт. Кроме того имеются сообщения о специальных аппаратах, которые посредством ритмических воздействий на центральную нервную систему (ЦНС) вводят клиента в состояние релаксации, сравнимой по глубине с медикаментозным сном. Однако рекреационная эффективность большинства этих методов остаётся малообоснованной. А отдельные «мероприятия» могут даже ухудшить функциональное состояние организма. Так повышение влажности в парной, температура воздуха в которой выше 85°C приводит к значительной перегрузке сердечнососудистой системы, которая может закончиться сосудистой

катастрофой. Ненадлежащий сервис, приводит к возникновению отрицательных эмоций, могущих «свести на нет» весь рекреационный эффект самого престижного курорта. А передозировка ритмических воздействий на мозг может вызвать приступ эпилепсии.

Очевидно, что в нарастающей конкурентной борьбе победят те, кто сможет вывести на рынок как максимально эффективные, так и пригодные для массового использования, научно-обоснованные рекреативные технологии. Такая задача может быть решена только при наличии работоспособной исследовательской группы, имеющей в своём распоряжении не только необходимый арсенал технических средств, но и достаточное количество экспериментального материала.

Актуальными методами исследования рекреационного потенциала могут являться пульсоксиметрия, кардиоинтервалография, АД-мониторирование, измерение динамики кожного сопротивления, электроэнцефалография. Кроме методов функциональной диагностики необходимо использовать батареи проективных психодиагностических методик. Только проведение комплексного обследования позволит максимально объективизировать результаты, исключив влияние социальных стереотипов, (ФЕ: «Я отдыхаю так, потому что так принято в моём круге»). Однако наличие таких стереотипов тоже необходимо учитывать, ибо сказано, что «каждому воздастся по вере его».

Таким образом, представляется актуальным создание научно-практического подразделения для проведения комплекса исследований с целью выявления рекреационного потенциала различных видов активного и пассивного отдыха с целью создания и внедрения максимально эффективных рекреативных технологий.

Библиографический список:

1. Анохин П.К. Очерки по физиологии функциональных систем. - М.: Медицина, 1975. — 444 с.
2. Баевский, Р.М. Математический анализ изменений сердечного ритма при стрессе / Р.М. Баевский, О.И. Куриллова, С.З. Клецкин. – М.: Наука, 1984. – 221 с.
3. Зенков Л.Р. Клиническая электроэнцефалография. - М.: МЕД-пресс-информ, 2002. - 368 с.
- 4.

ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ФИЗКУЛЬТУРНОГО ПРАЗДНИКА ДЛЯ ЛИЦ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ

*Курникова М.В., к.м.н., доцент,
Оринчук В.А., к.пед.н., доцент,
Фомичева Е.Н., к.пед.н., доцент
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

В государственной политике Российской Федерации в направлении развития физической культуры и спорта среди лиц с ограниченными возможностями здоровья безусловный приоритет отдается физкультурно-оздоровительной направленности, массовости этого направления, решению задач социальной адаптации данной категории лиц в обществе [3]. Систематические занятия физической культурой и спортом не только расширяют их функциональные возможности, оздоравливают организм, но и благоприятно воздействует на психику, мобилизуют волю, возвращают людям с ограниченными физическими возможностями чувство социальной защищенности и полезности [1].

С начала XXI века число спортсменов-инвалидов из России, участвующих в Паралимпийских играх и других международных соревнованиях увеличилось многократно, однако количество данной категории лиц, занимающихся физкультурой и массовым спортом растет значительно медленнее. На сегодняшний день, проблема использования физкультурно-спортивной деятельности в целях реабилитации и социальной интеграции лиц с отклонениями здоровья состоит в поиске видов и форм, наиболее пригодных для них, соответствующих физическому, психическому состоянию и позволяющих максимально полно и эффективно реализовать по отношению к ним огромный потенциал этой деятельности [2].

В Нижегородском филиале Сочинского государственного университета был разработан проект социально-интегрированного физкультурно-спортивного праздника для инвалидов «Спорт-Движение-Жизнь» [4]. Начиная с 2011 года, было проведено 7 физкультурных праздников для инвалидов различных нозологий. Данный проект расширил физкультурно-спортивную жизнь инвалидов города и области и заслужил одобрительные отзывы, как от участников, так и от руководителей организаций инвалидов.

Подготовка любого массового мероприятия, а особенно для лиц с ограниченными возможностями, начинается задолго до его проведения и включает несколько этапов. На первом этапе подготовки необходимо изучить контингент участников мероприятия, их возраст, нозологию заболеваний, физические возможности. Для этого организации, участвующие в мероприятии, должны прислать предварительные заявки с указанием данной информации.

Второй этап подготовки - это выбор места проведения мероприятия. В нашем случае, когда участниками мероприятия являются лица с ограниченными возможностями, возрастают требования к спортивным сооружениям:

- доступность участия для лиц на колясках и с нарушениями функций опорно-двигательного аппарата;
- безопасность спортивных площадок и возможность проведения соревнований для инвалидов;

- удобство вспомогательных помещений (раздевалки, туалет и т.д.);
- вопрос транспортного обеспечения инвалидов.

Необходимо отметить, что в Нижегородской области обеспеченность спортивными сооружениями физкультурно-спортивной деятельности лиц с ограниченными возможностями решается за счет строительства физкультурно-оздоровительных комплексов, которые полностью адаптированы для занятий лиц с инвалидностью.

Третий этап подготовки – это разработка программы физкультурно-спортивного мероприятия. Учитывая не всегда хорошую физическую подготовленность инвалидов и их достаточно быструю утомляемость, программа каждого физкультурно-спортивного по времени рассчитана на 2-2,5 часа. Виды физкультурной деятельности должны быть представлены с постепенным усложнением и периодическим нарастанием физической активности участников, возможны 2-3 пика интенсивной физической нагрузки с дальнейшим ее снижением. Особенностью мероприятия «Спорт-движение-жизнь» является то, что принять участие в празднике могут инвалиды сразу нескольких нозологических групп. Программа включает различные виды физкультурной деятельности:

- общая разминка всех участников;
- совместные показательные выступления и творческие номера спортсменов-инвалидов, представителей Филиала СГУ, города и области;
- спортивные игры и конкурсы с элементами спортивных игр;
- индивидуальные и групповые конкурсы и состязания;
- «Веселые старты» и эстафеты.

В конкурсах и состязаниях могут принимать участие помощники, родственники или лица, сопровождающие спортсменов-инвалидов. Все виды программы подбираются с учетом физических возможностей участников праздника и начинают выполняться с ознакомления с физическим упражнением или элементом игры до проведения соревнования по данному упражнению или игре.

Отличительной особенностью праздника «Спорт-движение-жизнь» является ее построение по блочному принципу. Каждый блок программы позволяет провести конкурсы и соревнования по отдельным видам спорта, которые могут изменяться с учетом физической подготовленности участников, условий спортивной базы, наличия спортивного инвентаря и т.д. Также проведение мероприятия по блочному принципу позволяет задействовать участников на нескольких площадках одновременно (с учетом их физкультурных интересов), что значительно повышает двигательную плотность данного мероприятия.

Обязательным элементом праздника должны стать его зрелищность и эмоциональность. Для этого используются торжественное открытие и закрытие праздника, церемония награждения победителей и призеров, постоянное освещение хода соревнований на спортивных площадках.

Кроме награждения победителей и призеров, важно отметить самых активных участников и наградить, по возможности, всех участников мероприятия.

На четвертом этапе подготовки готовятся карты награждения и материально-технического обеспечения.

Карта награждения разрабатывается в соответствии с программой мероприятия и позволяет правильно составить смету финансовых расходов на его проведение.

Карта материально технического обеспечения необходима, чтобы предусмотреть наличие спортивного инвентаря и оборудования для каждого соревновательного и творческого блока программы. При ее детальной разработке удастся избежать проблем с обеспеченностью инвентарем каждого конкурса или соревнования, учитывая особенности контингента участников мероприятия.

На заключительном этапе подготовки разрабатывается сценарий мероприятия и судейская документация. Возможно использование нагрудных номеров для участников мероприятия, что позволяет быстро провести их регистрацию, и в процессе проведения соревнований, конкурсов упрощает процесс судейства.

Разработанный проект «Спорт-Движение-Жизнь» был апробирован как в условиях спортзала, так и в условиях стадиона, что позволяет говорить об его универсальности. Конкурсы и состязания не требуют специальной подготовки спортивных площадок и наличия дорогостоящего оборудования, что делает данный проект доступным для спортивных сооружений и организаций любого уровня оснащения и подготовленности.

Библиографический список:

1. Технологии физкультурно-спортивной деятельности в адаптивной физической культуре [Текст]: учебное пособие / авт.-сост. О.Э.Аксенова, С.П. Евсеев; под ред. С.П. Евсеева. – М.: Советский спорт, 2005. – 296 с.
2. Ткаченко В.С. Интеграция в российском обществе людей с инвалидностью: автореф. дис. ... доктора социол. наук. – Ставрополь, 2007.
3. Ткаченко В.С. Медико-социальные основы независимой жизни инвалидов: учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2010. – 384 с.
4. Оринчук В.А. Физкультурно-спортивная деятельность как средство социальной интеграции инвалидов / В. А. Оринчук, М. В. Курникова, Е. Н. Фомичева // Вестник филиала ФГБОУ ВПО «СГУ» в г.Н.Новгород: научный ежегодный журнал. Вып. 4. 2011. – Н. Новгород: ООО Типография Пламя, 2011. – С. 237-243.

АДАПТИВНЫЙ ТУРИЗМ И ВОКАЛОТЕРАПИЯ КАК ЭФФЕКТИВНЫЕ СРЕДСТВА И МЕТОДЫ РЕАБИЛИТАЦИИ ДЛЯ ЛИЦ С ОТКЛОНЕНИЯМИ ЗДОРОВЬЯ

*Палигина Т.Э., соискатель,
Самыличев А.С., к.пед.н., доцент
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Известно, что человек больше, чем на 60% состоит из воды. Может, поэтому нас так притягивают моря, реки, озёра. Водный туризм по равнинным рекам - удивительный вид отдыха, желанная встреча с природой, отличная возможность провести время в кругу друзей и единомышленников, возможность получения спортивных достижений и т.д. Водный туризм (походы на туристской байдарке, на надувном плоту и т.п.) по равнинным рекам как активный вид туризма хорош и для здоровых людей, и для людей, имеющих какие-либо отклонения в состоянии здоровья.

Водные походы, в которых щадящую физическую нагрузку легко дозировать либо прекращать в случае необходимости, являются доступным средством адаптивной физической культуры для людей с различными заболеваниями и отклонениями в состоянии здоровья. Обязательное условие организации таких адаптивных походов для лиц с различными отклонениями в состоянии здоровья: участие в них представителя медицины и нескольких здоровых, подготовленных туристов, которые брали бы на себя наиболее физически трудные действия: 1) разборка и сборка плавательных средств; 2) управление байдаркой (или плотом); 3) организация бивака и т.п.

Как правило, созерцание текущей воды, разнообразных берегов с живописной растительностью, настраивает участников на лирический лад и невольно возникает потребность напевать красивые, мелодичные песни (очень популярны у туристов песни Ю.Антонова, Б.Окуджавы, Ю.Визбора и других бардов). И, действительно, настроение участников любых спортивных походов - «певческое». Не случайно в 60-е – 80-е годы уже прошлого века была популярна крылатая фраза у геологов, которую они произносили с иронией: «Туристы – это люди, сидящие у костра, и поющие мужественные песни».

Для каждого человека, считается ли он здоровым или имеет какие-то отклонения в состоянии здоровья, музыка играет свою, характерную для него роль, независимо от образа жизни и профессии. Мы слушаем музыку, танцуем под нее, поем. Музыка поддерживает состояние радости, помогает пережить грустные минуты жизни, поднимает настроение и т.д. И это не случайно. В самых древних свидетельствах и документах, дошедших до нас музыка фигурирует как лечебное средство.

Корифеи античной цивилизации Пифагор, Аристотель, Платон обращали внимание современников на целебную силу воздействия

музыки, которая, по их мнению, устанавливает пропорциональный порядок и гармонию во всей Вселенной, в том числе и нарушенную гармонию в человеческом теле [7]. Выдающийся врач всех времен и народов Авиценна еще тысячу лет назад лечил музыкой больных нервными и психическими заболеваниями. В Европе упоминание об этом относится к началу XIX века, когда французский психиатр Эскироль стал вводить музыкотерапию в психиатрические учреждения. Характерно, что применение музыки в медицине носило преимущественно эмпирический характер.

В XX веке, особенно во второй его половине, музыкальная терапия как независимая дисциплина стала широко практиковаться в различных странах Европы.

Первые научные работы, исследующие механизм воздействия музыки на человека, появились в конце XIX, начале XX века. В работах В. М. Бехтерева, И. М. Догеля, И. Р. Тарханова и др. появляются данные о благотворном влиянии музыки на центральную нервную систему (ЦНС), дыхание, кровообращение, газообмен [4, 3]. Дальнейшие исследования ряда авторов также показывают, что музыка оказывает стойкое воздействие на ЦНС [4, 5], а также воздействие музыкой влияет и на функции других жизненно важных физиологических систем: кардиореспираторной, мышечной, пищеварительной. Догель И. М. и Сеченов И. М. отмечали стимулирующее воздействие маршевой музыки на мышечную работоспособность, которая, в частности, оживляюще действует на уставших солдат [4].

Целительная функция голоса также использовалась в древности для лечения различных заболеваний. На великую роль вибраций собственного голоса указывал Пифагор. Если больной не мог издавать звуки, то Пифагор прикладывал к его груди трубу и через нее заставлял звучать и вибрировать тело больного. Отец средневековой медицины Парацельс считал вибрации от звуков музыкальных инструментов и собственного голоса главным методом лечения [2]. Широко применял пение в лечебных целях Аристотель.

Ведущий российский музыкотерапевт С. Шушарджан и его коллеги из НИЦ музыкальной терапии и восстановительных технологий провели исследования влияния вокалотерапии на легкие и другие жизненно важные органы. В результате, ученые пришли к выводу, что звук, зарождающийся во время пения, только на 15-20 % уходит во внешнее пространство (остальная часть звуковой волны поглощается внутренними органами, приводят их в состояние вибрации) [7]. Нашему организму отнюдь не безразлично то, какими будут те самые 80 % собственной, произведенной самим человеком звуковой “пищи”, которые ему (организму) придется «переваривать» и «усваивать».

Пение очень полезно для беременных женщин и их будущих детей. Мать и дитя – идеальный вокальный дуэт. Успокаивающее воздействие материнского пения на состояние новорожденного и организма,

находящегося в перинатальном состоянии хорошо известно. Выдающееся значение материнского пения на формирование своей психики отмечает великий русский певец Ф.И. Шаляпин. Имевшаяся в течение многих веков культура пения в России являлась своего рода эффективным профилактическим средством в поддержании здоровья нации, и утеря этой певческой традиции имеет глубокие негативные последствия как для здоровья населения, так и для нравственного климата в обществе [1].

Давно известно, что пение является одним из лучших дыхательных упражнений (тренируется дыхательная мускулатура, диафрагмальное дыхание, улучшается дренаж бронхов, увеличивается жизненная емкость легких). Известный венгерский композитор З. Кодай еще в 1929 году писал: «Чудесное средство ритма – дисциплинирование нервов, тренировка гортани и легких. Все это ставит пение рядом с физической культурой. То и другое нужно ежедневно – в неменьшей степени, чем пища» [2].

Сочетание активного водного туризма с пением замечательных песен в кругу друзей, звуки гитары у костра – все это делает данный вид отдыха и физической культуры одним из лучших лечебно-профилактических средств как для здоровых людей, так и для лиц с различными отклонениями в состоянии здоровья.

Библиографический список:

1. Багрунов В.П. Аз, Буки, Веди, Глаголь, Добро. Азбука владения голосом. Самоучитель. - СПб: ООО «Тесса», 2006.
2. Багрунов В.П. Азбука владения голосом. – СПб.: Композитор, 2010.
3. Бехтерев В. М. Работа головного мозга в свете рефлексологии. - Л., 1926.
4. Гринева И. М. Изучение особенностей музыкального восприятия у больных с начальными проявлениями неполноценности кровоснабжения мозга: дис. ... канд. мед. наук. - Л., 1981.
5. Захарова Н. Н. Функциональные изменения центральной нервной системы при восприятии музыки / Н. Н. Захарова, В. М. Авдеев // Журнал высшей нервной деятельности. - 1982. - Т. 32. Вып. 5. - С. 915-929.
6. Шушарджан С.В. Музыкотерапия: история и перспективы. – М.: Клиническая медицина, 2000.
7. Шушарджан С.В. Руководство по музыкальной терапии. – М.: Медицина, 2005. - 450 с.

ВЫБОР ФОРМ И СРЕДСТВ В АДАПТИВНОМ ТУРИЗМЕ ДЛЯ ЛИЦ С НАРУШЕНИЕМ ИНТЕЛЛЕКТА

*Судонина М.Л. к.м.н., доцент
Филиал ФГБОУ ВПО «СГУ» в г. Н. Новгород*

Адаптивная двигательная рекреация (АДР), являясь одной из основных форм адаптивной физической культуры, имеет в числе основных своих целей повышение уровня жизнестойкости лиц с ограниченными возможностями. Для этого контингента АДР - не только биологически оправданная саморегулируемая двигательная активность, поддерживающая эмоциональное состояние, здоровье и работоспособность, но и способ преодоления замкнутого пространства, психическая защита, возможность общения, удовлетворения личных интересов [3]. Процессы демократизации и гуманизации в современном обществе предусматривают необходимость создания для каждого человека равных возможностей и прав на развитие их индивидуальных особенностей, на интеграцию личности в обществе.

В первую очередь, это касается людей с нарушением интеллекта, которые относятся к наиболее социально дезадаптированным категориям населения, при этом их число составляет около 3% жителей Земли [4]. У лиц с умственной отсталостью под влиянием занятий двигательной рекреацией расширяется круг общения и социальной активности, меняются интересы, мотивы, ценностные ориентации на роль физической активности, что, естественно, создает предпосылки к обретению социальной, психической, бытовой независимости, самоактуализации и интеграции в обществе, формируя характер, поведение, отношения с людьми, природой, обществом.

Основная идея адаптивной двигательной рекреации (АДР) заключается в обеспечении психологического комфорта, а для достижения наибольшего эффекта от проведения занятий необходимо выполнение ряда условий, в т.ч. подбор группы сходных по интересам и склонностям, совместимых в психологическом плане людей [3]. Существенной особенностью занятий АДР является индивидуализация реабилитационных воздействий на основе дифференцированного подхода, что относится к фундаментальным закономерностям и базовым теоретическим положениям адаптивной физической культуры [5]. Однако в коррекционной работе с лицами с нарушением интеллекта соблюдение этого принципа сводится к объединению в группы в соответствии со степенью олигофрении без оценки личностных структур. Эти характеристики включены в понятие олигофренического дефекта (ОД)-механизма компенсации интеллектуальной недостаточности через иные структуры личности - темперамент, характер, мотивационную сферу [2]. Определение типа ОД - основной, психопатоподобный (эксплозивный, астенический и апатический варианты), сложный - позволит оценить сформированность потребностно-мотивационных и психологических характеристик, которые необходимо учитывать при выборе видов АДР.

Содержание АДР в туризме составляют разнообразные формы и средства двигательной активности: программные рекреационные мероприятия; специальные коррекционно-развивающие занятия; лечебно-

профилактические и реабилитационные мероприятия во время рекреационной деятельности на природе [1].

Лицам с нарушением интеллекта и основным типом ОД, характеризующимся отсутствием расстройств в сфере темперамента и характера, могут быть рекомендованы программные рекреационные мероприятия с применением следующих форм социально-досуговой деятельности: туристско-оздоровительной, зрелищно-развлекательной, туристско-спортивной. Поскольку эти больные добродушны, доброжелательны, общительны, покладисты, и для них характерно стремление найти место в социальной группе, они могут участвовать в походах выходного дня, в подвижных играх, праздниках, конкурсах, спортивных соревнованиях. При психопатоподобном типе ОД социальная дезадаптация обусловлена не столько интеллектуальным дефектом, сколько эмоционально-волевой неустойчивостью. При эксплозивном варианте больные возбудимы, агрессивны-злобны, эмоционально ситуативно неадекватны, требуют повышенного внимания, постороннего контроля за поведением и деятельностью, индивидуального темпа занятий.

Для реабилитации этой группы важно постоянное, активное вовлечение в социально приемлемые формы деятельности; они могут удержаться в небольшом коллективе. Это делает возможными специальные коррекционно-развивающие занятия на природе: подвижные коррекционно-развивающие игры; греблю, лыжные прогулки, ритмическую гимнастику на природе с элементами хореографии, катание на велосипеде. Для лиц с астеническим вариантом психопатоподобного типа ОД характерна обидчивость, слезливость, повышенная утомляемость, «детский» негативизм, замедленный темп психической деятельности. Это затрудняет занятия, однако социальная ориентированность мотивационной сферы - стремление быть «как все» - позволяет рекомендовать им прогулочный отдых и маршруты с активными способами передвижения, участие в подвижных играх и праздниках. Сложно вызвать интерес к занятиям у больных с апатическим вариантом психопатоподобного типа ОД, для которых характерно сочетание интеллектуальной недостаточности с вялостью, равнодушием ко всем формам деятельности, отсутствием стремления к социальным контактам, нежеланием участвовать в деятельности группы. Таких лиц с нарушением интеллекта можно привлекать только к индивидуальным занятиям: подвижные коррекционно-развивающие игры с педагогом; коррекционные элементы двигательной активности в условиях природной среды (ходьба, бег, прыжки, лазанье, ползание, перелезание, метание, упражнения с предметами и др.).

Под сложным типом ОД понимают сочетание значительной интеллектуальной недостаточности с грубыми соматоневрологическими нарушениями, что ограничивает содержание АДР использованием оздоровительных прогулок и сна на свежем воздухе; ходьбы босиком по траве, по песку, по гравию; солнечными и воздушными ваннами;

обтиранием холодной водой. Следует отметить, что перечисленные лечебно-профилактические и реабилитационные мероприятия во время рекреационной деятельности на природе лучше использовать при организации социально-досуговой деятельности лиц с интеллектуальной недостаточностью при всех типах ОД.

Таким образом, дифференцированный подход к организации туристского отдыха для людей с интеллектуальной недостаточностью, обеспечивающий оптимальный выбор форм социально-досуговой деятельности, возможен на основании интегральной оценки занимающихся, включающей определение не только степени олигофрении, но и типа ОД.

Библиографический список:

1. Бурлакина, О.В. Проблемы формирования образа профессиональной деятельности специалиста по адаптивной физической культуре в сфере туристской рекреации / О.В. Бурлакина // Теория и практика физической культуры.- 2007. - № 12. - С. 21-25.
2. Войтенко, Р.М. Социальная психиатрия с основами медико-социальной экспертизы и реабилитологии. / Войтенко Р.М. - СПб.: Фолиант, 2002. – 256 с.
3. Теория и организация адаптивной физической культуры: учебник. В 2 т. Т.2: Содержание и методики адаптивной физической культуры и характеристика ее основных видов / под общ. ред. проф. С.П. Евсеева. – М.: Советский спорт, 2005.- 448 с.
4. Исаев, Д.Н. Умственная отсталость у детей и подростков / Д.Н.Исаев. - СПб.: Речь, 2003. - 391 с.
5. Шапкова, Л.В. Адаптивная физическая культура: методология и развитие в сфере высшего профессионального образования: автореф. дис... докт. пед. наук. / Л.В. Шапкова; СПб ГАФК им. П.Ф. Лесгафта. - СПб.: 2003. – 58 с.

РЕКРЕАЦИОННЫЕ ЗАНЯТИЯ С ДЕТЬМИ РАННЕГО ВОЗРАСТА

Филиппова А.С., педагог

*ГБУ ЗНО «Центр восстановительной медицины реабилитации детей»
г.Н.Новгород*

При проведении двигательной рекреационной деятельности с детьми раннего возраста (от 1 года до 3-х лет) можно выделить общие методические указания к организации и методике их проведения. Необходимо принимать во внимание характер патологического процесса, его стадию (фазу), наличие у ребенка сочетанных патологических изменений, учитывать уровень психомоторного развития ребенка, то есть степень отставания от развития сверстников. Во время проведения

двигательных мероприятий наблюдать за особенностями реакции ребенка на используемые средства, учитывать его психологическую и физическую индивидуальность. Учитывать признаки утомления при занятиях с ребенком (недовольство, возбуждение, ухудшение качества выполнения упражнений, вялость), при появлении хотя бы одного из них, уменьшить нагрузку [2].

Проводить игры, двигательные рекреационные занятия надо за 30 минут до кормления ребенка или 45 – 50 минут после него. Зал, кабинет, где проводятся игры, должен быть хорошо проветрен, t^0 воздуха $+22^0\text{C} \dots +20^0\text{C}$, а в теплое время года лучше проводить при открытом окне (форточке). Заниматься ребенок должен в мягкой обуви, легком свободном костюме. Продолжительность рекреационных занятий может составлять от 15 – 20, а при хорошем самочувствии ребенка до 30 – 35 минут [1].

При проведении рекреационно–двигательной деятельности используются игрушки, пособия (мячи, обручи и т.д. разных цветов, формы, звучания) для более эффективного вызывания с их помощью ответных реакций – движений ребенка. Все игры нужно сопровождать ласковыми словами, вызывать радостное настроение ребенка, положительную реакцию на занятия. Такой эмоционально – речевой контакт создает у ребенка хорошее настроение, служит одновременно поощрением малыша, улучшает физиологический эффект от каждого вида занятия. Желательно для детей ослабленных, возбудимых сопровождать игровую деятельность тихой, мелодичной музыкой. А для детей флегматичных, заторможенных целесообразнее использовать бодряую, ритмичную музыку [1].

Таким образом, в процессе проведения двигательных рекреационных мероприятий используются педагогические и медицинские возможности, сочетание движения с воздействием на зрительные, слуховые анализаторы, речь и интеллект ребенка.

Для получения оптимальных результатов от двигательной рекреации, необходимо придерживаться основных принципов проведения: регулярности и систематичности. Каждое мероприятие строить в соответствии с основными педагогическими и медицинскими принципами. Степаненкова Э.Я., Юрко Г.П. и другие авторы указывают педагогические принципы построения занятия: принцип осознанности и активности (разработан П.Ф. Лесгафтом), системности и последовательности, повторения, постепенности, наглядности, доступности и индивидуальности (разработан Я. - А. Каменским) [3].

Более подробно остановимся на проблеме индивидуально – дифференцированного подхода к детям в процессе двигательной рекреационной работы. Этот принцип предполагает необходимость учета функциональных возможностей, типологических особенностей малыша с целью улучшения врожденных задатков и развития способностей. Данные об индивидуальных особенностях ребенка можно получить путем

тестирования и диагностирования, изучения результатов медико-педагогического контроля.

Опираясь на индивидуальные особенности, мы можем в процессе двигательной деятельности всесторонне развивать ребенка. С учетом уровня индивидуальной подготовленности ребенка, его двигательных способностей и состояния здоровья, намечать пути совершенствования двигательных навыков, построения двигательного режима, приобщения к разным формам двигательной деятельности.

Все большее количество детей раннего возраста нуждаются в восстановлении и укреплении здоровья. Поэтому, все более значимым становится применение двигательной рекреации в работе с детьми. Можно сделать вывод, что для эффективного управления двигательной активностью детей необходимы следующие условия: учет биологических, природных и социальных факторов, эмоциональный контакт с ребенком, достаточное оснащение среды спортивным оборудованием, а так же правильный подбор методов взаимодействия: наглядные, вербальные, практические и игровые методы. Наиболее предпочтительным является игровой метод, т.к. он близок к ведущему виду деятельности ребенка, дает возможность для активизации двигательной активности и совершенствования двигательных навыков.

Двигательная рекреация дает возможность для решения лечебных, обучающих и воспитательных задач. В ходе ее формируются умения в жизненно необходимых двигательных действиях, прививается интерес к занятиям физическими упражнениями, воспитываются морально – волевые качества. В процессе проведения двигательных рекреационных мероприятий используются педагогические возможности: движение сочетается с воздействием на зрительные, слуховые, тактильные анализаторы, что ведет к развитию речи и интеллекта, а также личности ребенка в целом.

Библиографический список:

1. Галанов, А.С. Игры, которые лечат. — М.: Советский спорт, 2007. — 334 с. ISBN 5 – 685 – 0346 – 9.
2. Решетнева, Г.А. Физическое воспитание детей раннего возраста с нарушениями в развитии / Г. А. Решетнева, И. Н. Минка. - М.: ВЛАДОС, 2004. — 384 с. - ISBN 5 – 09 – 014120 – 7.
3. Страковская, В.Л. Лечебная физкультура в реабилитации больных и детей раннего возраста – СПб., 2005.– 296 с. – ISBN 5–97185–0020 – 5

ОРГАНИЗАЦИЯ АКТИВНОЙ ДВИГАТЕЛЬНОЙ РЕКРЕАЦИИ НА ПРИМЕРЕ КОННОГО КЛУБА «СЕРАЯ ЛОШАДЬ»

*Шеромова Н.Н., к.б.н., доцент,
Звонкова М.Б., к.б.н., доцент
ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный
педагогический университет имени Козьмы Минина»*

Конный туризм сегодня набирает популярность. Все большее число людей привлекает активный отдых, общение с лошадьми, прогулки на природе. На многих туристических объектах катание на лошадях предлагают, как дополнительные услуги. Появляются мелкие фирмы и частные хозяйства, специализирующиеся на организации отдыха на лошадях, растет и конкуренция в данной сфере услуг.

Конный клуб «Серая Лошадь» в Воскресенском районе Нижегородской области занимается организацией конных походов и отдыха на лошадях более 15 лет [1]. За эти годы клуб вырос и развился в крупный хозяйственный комплекс. На базе этого комплекса организовано несколько десятков новых рабочих мест в сельской местности. Сегодня конный клуб «Серая Лошадь» принимает несколько тысяч гостей в год.

Клуб включает в себя две самостоятельные комфортабельные базы отдыха, принимающие гостей круглый год, расположенные в живописных местах на берегу реки Ветлуга в селе Благовещенское и в междуречье рек Уста и Ветлуга в селе Троицкое. В хозяйстве гармонично сочетаются племенной завод для ремонта лошадей, подсобное фермерское хозяйство с домашними животными, поставляющее к столу свежие натуральные продукты, сельхозугодья для обеспечения собственными кормами, лесные угодья и охотничье хозяйство. В вольерах живут лисы, волки, еноты, медведь, фазаны, индюки, утки, цесарки, куры и голуби разных пород. В хозяйстве ведутся работы по содержанию и разведению диких животных в полувольных условиях (лоси, олени разных видов, кабаны).

Клуб участвует в программе по реинтродукции в Нижегородскую область северного оленя – символа герба Нижнего Новгорода. Расположение базы вблизи рек Усты и Ветлуги позволяет разнообразить активный отдых сплавами на байдарках и рафтах, а глубокая связь этих мест с историей России стимулировала организаторов клуба превратить свои краеведческие изыскания в интересные экскурсии и мероприятия на основе старинных русских традиций.

Такой комплексный подход к организации хозяйства позволяет конному клубу «Серая Лошадь» реализовать разные направления активного отдыха:

- отдых на лошадях (обучение верховой езде, верховые прогулки в лесу и в поле, катание в санях, на тройке);
- конные походы (автономные маршруты с обучением навыкам походной жизни и уходу за лошадьми);

- агротуризм (наблюдение за домашними животными, приусадебным участком, за работой сельхозтехники);
- экологический туризм (знакомство с флорой и фауной, наблюдение за дикими животными);
- этнотуризм (экскурсии в старинную церковь, возрождение традиционных русских праздников, костюмированные конные охоты с русскими псовыми борзыми).

Таким образом, помимо собственно рекреационных целей в конном клубе «Серая Лошадь» реализуются познавательные, воспитательные и эстетические направления, позволяющие удовлетворить спрос каждого туриста.

Библиографический список:

1. Интернет-ресурс: <http://www.greyhorses.ru>

**ТУРИЗМ:
ВЧЕРА, СЕГОДНЯ, ЗАВТРА**

Материалы XII Международной научно-практической конференции
16 мая 2013 года г. Нижний Новгород

Филиал ФГБОУ ВПО «Сочинский государственный университет»
в г.Нижний Новгород Нижегородской области

Отпечатано с готового оригинал-макета
в ООО «Цветной мир»
603000, г. Н.Новгород, ул. ..., ..., ИНН
2013 г., заказ № , тираж - 116 экз.