

Министерство образования и науки  
Луганской Народной Республики  
Международная академия наук педагогического образования  
Кабардино-Балкарский государственный университет  
им. Х.М. Бербекова  
Волгоградский государственный социально-  
педагогический университет  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»  
Институт торговли, обслуживающих технологий и туризма  
Кафедра туризма, гостиничного и ресторанного дела

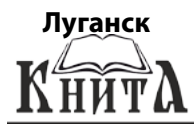
# ТУРИСТСКАЯ ИНДУСТРИЯ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ

*Материалы XI Международной  
научно-практической конференции*

*Выпуск 11*

*Под редакцией  
д-ра пед. наук, проф. Г. А. Сорокиной*

(Луганск, 22–23 марта 2018 года)



2018

**УДК 338.48 (063)**  
**ББК 65.433 Я 43**  
**Т87**

***Редакционная коллегия:***

- Медяник А.В.*** – канд. экон. наук, доцент кафедры туризма, гостиничного и ресторанного дела ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко».
- Мальцева Л.В.*** – старший преподаватель кафедры туризма, гостиничного и ресторанного дела ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко».
- Попова И.В.*** – ассистент кафедры туризма, гостиничного и ресторанного дела, ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко».

**Т87** **Туристская индустрия: современное состояние и приоритеты развития:** Материалы XI Междунар. научно-практ. конф. – Вып. 11 (Луганск, 22–23 марта 2018 года) // редкол.: Г.А.Сорокина (гл. ред.), А.В.Медяник (отв.ред.) [и др.] – Луганск : Книта, 2018. – 336 с.

В сборнике представлены статьи учёных, молодых исследователей, представителей туристского бизнеса, посвящённые подготовке будущих специалистов сферы туризма и гостеприимства, маркетинговым коммуникациям, инновациям в туристской индустрии, проблемам управления в туристической отрасли, развитию гостинично-ресторанного хозяйства, вопросам международного и регионального туризма.

The collection contains articles by scientists, young researchers, representatives of the tourism industry, dedicated to training future tourism and hospitality specialists, marketing communications, innovations in the tourism industry, management issues in the tourism industry, development of hotel and restaurant facilities and international and regional tourism.

*Рекомендовано к печати Научной комиссией  
ГОУ ВПО ЛНР Луганского национального  
университета имени Тараса Шевченко  
(протокол № 9 от 20 марта 2018 г.)*

**УДК 338.48 (063)**  
**ББК 65.433 Я 43**

© Коллектив авторов, 2018  
© ГОУ ВПО ЛНР «ЛНУ имени  
Тараса Шевченко», 2018

## СОДЕРЖАНИЕ

<i>Приветственное слово</i> .....	7
-----------------------------------	---

### ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

<i>Белецкая И.А.</i> Научные подходы и принципы формирования готовности будущих специалистов сферы туризма к профессиональной деятельности .....	9
<i>Друзь О.Н., Житная С.В.</i> Особенности преподавания дисциплины «БЖД» с применением интерактивных методов обучения для направления «Туризм» .....	14
<i>Киреева Е.И., Жуева А.Г.</i> Тестовый контроль знаний как функция электронного учебника по дисциплинам профессионального цикла для инженеров-педагогов пищевого профиля .....	20
<i>Кобзова С.Н.</i> «Организационное проектирование и управление проектами» как учебная дисциплина .....	26
<i>Рубан Д.А.</i> Российский туризм в ведущих международных научных журналах: библиографический анализ .....	33
<i>Семенова И.И.</i> Практическая подготовка туристских кадров в Турции (степень ассоциата) .....	38
<i>Сердюкова Е.Я.</i> Структура профессиональной компетентности бакалавров профиля подготовки «Ресторанная деятельность» .....	43

### РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА В МИРЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

<i>Арнаутова Н.А.</i> Маркетинг персонала как элемент кадровой политики предприятия .....	52
<i>Галяна И.М.</i> Принципы здорового питания в стиле SPA .....	58
<i>Дейнека И.Г., Бородина Е.В.</i> Разработка способов определения технического состояния бытовых холодильных приборов .....	63
<i>Деменков И.А.</i> Инновации в индустрии гостеприимства .....	70

<i>Деменков И.А., Максименкова В.А.</i> К вопросу автоматизации деятельности ресторанного хозяйства .....	75
<i>Зинченко В.О.</i> Профессиональная культура специалиста ресторанной индустрии как научная проблема .....	80
<i>Сенатова Е.С.</i> Бенчмаркетинг как современный инструмент управления предприятием .....	87

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ В ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ**

<i>Краснокутская Н.С.</i> Качество жизни населения как фактор формирования спроса на рынке рекреационных услуг (на примере Луганщины) .....	93
<i>Лебедева Е.П., Шаталова О.И., Шмыгалева П.В.</i> Туристско-рекреационные комплексы как форма развития туризма – приоритетного направления Ставропольского края .....	98
<i>Малахова Ю.А.</i> Анализ подходов к определению контроллинга персонала .....	105
<i>Медяник А.В.</i> Место контроллинга персонала в обеспечении кадровой безопасности предприятия туристской индустрии .....	110
<i>Медяник В.А., Сало В.И., Пронина Ю.Г.</i> Воздействие психофизиологических факторов на условия труда работника-оператора на предприятиях индустрии туризма .....	115
<i>Мухорьянова О.А., Савченко И.П.</i> Интеграция проектов как фактор повышения эффективности реализации стратегии развития туризма в регионе .....	120
<i>Овчаренко Л.А., Гусак А.С.</i> Инновации в туристско-рекреационной сфере как условие формирования конкурентоспособной отрасли экономики в ДНР .....	126
<i>Попова И.В.</i> Фирменный стиль как важнейший компонент имиджа гостиницы .....	132
<i>Селина В.А.</i> Мотивация как основной инструмент управления персоналом на предприятии индустрии гостеприимства .....	138
<i>Тарабановская С.В.</i> Особенности формирования стратегии сбыта услуг предприятий индустрии гостеприимства .....	142
<i>Ткачук П.Ю.</i> Методологические аспекты оценки инвестиционной привлекательности туристской сферы Луганского региона .....	147

<i>Шановалова Е.Н.</i> Мониторинг текущей финансовой деятельности предприятия .....	152
---	-----

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ**

<i>Журавлева Е.А.</i> Роль территориального маркетинга как эффективного инструмента развития Луганской Народной Республики .....	158
<i>Сергиенко Н.В.</i> Роль PR для предприятий индустрии гостеприимства .....	165
<i>Спицына А.Р.</i> Реклама как один из видов маркетинговых коммуникаций на предприятиях индустрии гостеприимства .....	170

## **МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ**

<i>Гуменная Н.С.</i> Современное состояние, проблемы и перспективы развития экологического туризма в Танзании .....	176
<i>Дитковская С.А.</i> К вопросу о туристском районировании мира .....	180
<i>Кнодель Л.В.</i> Глобализация и международный туризм .....	185
<i>Халанурдина В.В.</i> Развитие винного туризма в мире на современном этапе .....	195
<i>Шишко Е.С.</i> Туристский потенциал Филиппин для развития дайвинга .....	200

## **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА, ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ**

<i>Баранова М.А.</i> Особенности рефлексии нравственной сферы взрослых людей .....	206
<i>Лимонченко А.С.</i> Пути повышения физической активности студентов .....	212

## **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЕГИОНАЛЬНОГО КРАЕВЕДЕНИЯ И ТУРИЗМА**

<i>Блохин В.Н., Шандракова М.Г.</i> Роль агротуризма в развитии сельских территорий российско-белорусского приграничья .....	218
<i>Богатырева Д.С.</i> Глэмпинг как актуальный вектор развития экотуризма .....	222

<b>Борякова Е.Е.</b> Биогеоценозы мегаполиса и культурное наследие как объект экологического туризма (на примере Нижнего Новгорода) .....	229
<b>Веденеев А.М.</b> Лихенологические экскурсии в лес на территории Волгоградской области .....	236
<b>Додонов О.В.</b> Инновационные подходы в позиционировании полоцкого региона – как центра молодежного туризма республики Беларусь .....	242
<b>Кандауров В.В.</b> Углепромышленные карьерно-отвалыные комплексы северного склона Донецкого кряжа как перспективные объекты промышленного туризма в регионе .....	250
<b>Карнов В.В.</b> Позитивное влияние агротуризма на развитие региона ...	255
<b>Коджабашиян А.С.</b> Культурное наследие европейского севера Российской Федерации как основа развития историко-культурного туризма в регионе .....	261
<b>Лакербая К.А.</b> Механизмы развития рекреационно-туристской сферы республики Абхазия .....	268
<b>Мальцева Л.В., Кривегин К.А.</b> Развитие детского туризма в Луганском регионе .....	276
<b>Морозова В.В.</b> Особенности организации научно-познавательных туров в Луганском регионе .....	283
<b>Пинчук Д.С.</b> Туристско-рекреационные ресурсы в развитии курортной сферы Абхазии .....	288
<b>Ребриев Ю.А.</b> Перспективы развития грибного туризма в степной зоне европейской части России .....	293
<b>Сорокина Г.А.</b> О проблеме сохранения туристических объектов в условиях военного конфликта .....	300
<b>Сухоруков В.Д.</b> Основы теории и практики современного краеведения .....	305
<b>Трегубенко Е.Н.</b> Организация природоохранной деятельности школьников: история и пути оптимизации .....	310
<b>Шепилова В.Г., Дубровская Н.И.</b> Проблемы и перспективы развития внутреннего туризма в Донецкой Народной Республике .....	318
<b>Галушко Н.В., Надеина М.Н.</b> Особенности формирования навыков самостоятельной работы у будущих специалистов сферы сервиса .....	323
<b>Правдин Д.А.</b> Основные проблемы и приоритетные направления развития спортивного туризма в Луганском регионе .....	329

## ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО



***Приветствуем уважаемых участников XI Международной научно-практической конференции «Туристская индустрия: современное состояние и приоритеты развития»!***

*В наше время туризм является мощной мировой индустрией. За быстрые темпы роста он признан экономическим феноменом столетия. Туризм оказывает огромное влияние на ключевые отрасли экономики, то есть выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития как отдельного региона, так и страны в целом.*

*Правительство Луганской Народной Республики рассматривает туризм как важнейшее социально значимое направление деятельности. Сегодня в республике ведется масштабная работа по развитию регионального туризма, популяризации территории как привлекательного туристского региона.*

*В связи с этим актуальность проблем развития туристской отрасли, а также подготовки специалистов сферы туризма и гостинично-ресторанного бизнеса к профессиональной деятельности, неоспорима.*

*В конференции приняли участие доктора и кандидаты наук, профессора, доценты и аспиранты. Представленные доклады отражают актуальные проблемы развития туризма на международном и региональном уровнях, дают возможность ознакомиться с инновациями, которые на сегодняшний день используются в туристской сфере, проанализировать экономические проблемы отрасли, обсудить теоретические и практические вопросы управления туристскими предприятиями.*

*На наш взгляд, проведение подобной конференции является стимулом для развития туристского образования и совершенствования содержания профессиональной подготовки студентов. Организаторы и участники конференции надеются, что их научные труды будут способствовать развитию туристской индустрии и станут серьезным фундаментом для качественной подготовки будущих специалистов.*

*Уверена, что конференция «Туристская индустрия: современное состояние и приоритеты развития» будет способствовать устойчивому развитию туристской отрасли, дальнейшей модернизации туристского рынка и привлечению инвестиций в регионы. Желаю всем успешной, плодотворной работы и реализации намеченных планов!*

**Сорокина Галина Александровна**  
**д-р пед. наук, профессор, первый проректор**  
**ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный**  
**университет имени Тараса Шевченко»**



# ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

УДК 378.011.3-051:338.48

*Белецкая Ирина Анатольевна,  
ассистент кафедры туризма,  
гостиничного и ресторанного дела  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»  
[irinataranuk@mail.ru](mailto:irinataranuk@mail.ru)*

## НАУЧНЫЕ ПОДХОДЫ И ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ГОТОВНОСТИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ ТУРИЗМА К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*В статье рассматривается проблема формирования готовности будущих специалистов сферы туризма к профессиональной деятельности. Подчеркивается, что на современном этапе отсутствуют четко определенные научные подходы и принципы формирования готовности будущих специалистов сферы туризма к профессиональной деятельности. Отмечено, что методологической основой формирования готовности будущих специалистов сферы туризма к профессиональной деятельности является гуманистическая модель образования. Реализация гуманистической модели осуществляется при помощи лично-ориентированного, компетентностного, акмеологического, системно-деятельностного и интеграционного подходов и базируется на принципах гуманистической педагогики.*

**Ключевые слова:** *профессиональная готовность, профессиональная подготовка, акмеологический подход, лично-ориентированный подход, интеграционный подход, системно-деятельностный подход, принципы формирования готовности будущих специалистов сферы туризма к профессиональной деятельности.*

Стремительное развитие туризма как фактора, формирующего экономику государства, определило необходимость создания отраслевой системы подготовки туристских кадров. На современном этапе развития профессионального образования актуальным является значительное внимание к различным аспектам профессиональной подготовки специалистов туристической индустрии: W. Catesby, W. Richards, M. Вилен-

ский, Н. Винокурова, Ю. Колесова, Р. Лепехина, Л. Малик, О. Одинцова, И. Писаревский, А. Федулин, И. Щоголева, В. Явкин, Р. Якименко и др.

Изучению различных аспектов профессиональной подготовки специалистов туристической индустрии посвятили свои диссертационные исследования А. Агамиров, И. Зорин, Л. Кнодель, Л. Сакун, Т. Сокол и др.

Цель исследования – изучение научных подходов и принципов формирования готовности будущих специалистов сферы туризма к профессиональной деятельности.

Вместе с тем проведенный обзор научных исследований позволяет говорить, что несмотря на наличие значительного научного материала в этой области, проблема формирования готовности будущих специалистов сферы туризма к профессиональной деятельности в новых социально-экономических и культурных условиях развития общества остается недостаточно исследованной. На современном этапе отсутствуют четко определенные научные подходы и принципы формирования готовности будущих специалистов сферы туризма к профессиональной деятельности [1; 2; 3; 6; 8; 9; 11 и др.].

Как показал теоретический анализ исследуемой проблемы методологической основой формирования готовности будущих специалистов сферы туризма к профессиональной деятельности является гуманистическая модель образования.

При этом, реализация гуманистической модели осуществляется при помощи личностно-ориентированного, компетентностного, акмеологического, системно-деятельностного и интеграционного подходов [1; 2; 3; 6; 8; 9; 11 и др.]

Личностно-ориентированный подход – это базовая ценностная ориентация педагога, которая определяет позиции меры взаимодействия со студентами и профессорско-преподавательским составом. Личностно-ориентированный подход помогает изучить себя как личность, выявить и раскрыть свои возможности профессионального самосознания [4].

Как отмечают Н. Винокурова, Ю. Колесова, современный этап развития системы образования невозможен без внедрения компетентностного подхода который подчеркивает его практическую ориентированность [3].

Компетентностный подход к высшему образованию означает, что результат высшего образования диагностируется как подготовленность выпускника вуза к осуществлению профессиональной деятельности, имеющего не только знания, умения и навыки по специальности, но и такие личностные качества, как мотивация к продуктивной деятельности, уровень развития интеллекта, степень усвоения культурных и этических норм и других качеств социального и гуманитарного характера [7; 10].

Таким образом, стратегической задачей высшей школы является подготовка компетентного специалиста, способного эффективно

действовать за пределами учебных ситуаций, решать типовые и проблемные задачи в собственной профессиональной деятельности. Препятствуют ее решению, как указывает В. Казаков, ряд объективных и субъективных причин. Среди субъективных причин можно выделить низкую мотивацию студентов, направленную на овладение профессиональной деятельностью; формально-исполнительный характер усвоения профессионально-направленных знаний и тому подобное. Объективные причины скрываются собственно в самой системе высшего образования: преимущественно абстрактный характер информации, которая предлагается студенту при изучении специальных дисциплин; традиционные технологии обучения, направленные на восприятие, осмысление и запоминание учебного материала; отсутствие систематических межпредметных связей специальных дисциплин и др. [7].

Р. Лепехина, О. Одинцова подчеркивают важность акмеологического подхода к формированию готовности будущих специалистов сферы туризма к профессиональной деятельности, направленности профессионального образования на формирование профессионализма личности, предусматривающее разработку научных и методических основ повышения эффективности профессиональной подготовки специалистов, развитие их творческого потенциала, формирование психологической готовности решения сложных и разнообразных задач в условиях реформирования общества в целом и отдельных его сфер [9].

О Котлярова отмечает, что формирование готовности будущих специалистов сферы туризма к профессиональной деятельности должно опираться на деятельностный и системный подходы. Деятельностный подход требует культивирования действенной позиции личности с целью собственного становления и развития, профессионального самосовершенствования. Системный подход предполагает целостность в учебной и практической деятельности, направленной на комплексное формирование готовности будущих специалистов сферы туризма к профессиональной деятельности [8].

И. Зорин также акцентирует внимание на том, что для формирования готовности будущих специалистов сферы туризма к профессиональной деятельности важна междисциплинарная интеграция информации [6].

Междисциплинарный интеграционный подход системен, помогает осознать сложные явления и процессы социума и профессиональной реальности; формирует целостное представление о предметах, явлениях и видах деятельности.

Интеграционный подход актуализирует и интеграционный тип познания, сочетает непосредственный опыт и системное мышление. Деятельность студентов по структурированию и систематизации интеграционных знаний «предполагает умственную деятельность удаленных

связей и их установления между отдельными понятиями и объектами» [10]. При этом, основными формами обучения являются: проблемная лекция, практическое занятие с элементами дискуссии, ролевые и имитационные игры, моделирование будущей профессиональной деятельности, научно-исследовательская работа студентов, проектная деятельность, производственная практика, курсовые, дипломные и магистерские работы (учебно-профессиональная деятельность).

Как показывает анализ научной литературы, большинство исследователей [1; 2; 3; 6; 8; 9; 11 и др.] для формирования готовности будущих специалистов сферы туризма к профессиональной деятельности в процессе профессиональной подготовки советуют опираться на следующие принципы: гуманизма, компетентности, индивидуализации обучения и воспитания, реализма, системности, непрерывности и практической направленности, интегративности, технологического единства процесса обучения, проблемности, социальной адекватности и творчества.

Как показал анализ научной литературы, формирование готовности будущих специалистов сферы туризма к профессиональной деятельности должно осуществляться на всех этапах профессиональной подготовки, быть непрерывным, постоянным и проводиться системно, для чего необходимо повысить междисциплинарные связи и практическую ориентированность профессиональных дисциплин, особенно профессионально-ориентированных, и усилить связь между теоретической учебной и практической профессиональной деятельностью.

Следовательно, организация профессиональной подготовки в вузе требует постоянного совершенствования, поиска и приведения в действие новых форм влияния на студентов, отработки новых методик. Вместе с тем, нужно активизировать традиционные виды деятельности, сохранять достижения прошлого. Профессиональное образование должно носить творческий характер, ориентируясь на проблемы, связанные со спецификой каждого вуза. Чрезвычайно важное задание администрации вуза и профессорско-преподавательского состава заключается в создании надлежащих условий для развития и удовлетворения потребностей студентов, для их самореализации и формирования соответствующего уровня готовности будущих специалистов сферы туризма к профессиональной деятельности, что и определяет направления наших дальнейших исследований.

### **Литература**

**1. Агамиров А.К.** Формирование готовности будущих специалистов по сервису и туризму к самопроектированию профессионально-правовой компетентности: Автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 [Текст] / А. К. Агамиров. – Сочи, 2011. – 26 с. **2. Виленский М.Я.** Ме-

тодология профессионального туристического образования : монография / М. Я. Виленский, В. А. Горский, В. И. Жолдак, Н. И. Загузов, И. В. Зорин; научн. ред. В. А. Квартальнов / РМАТ. – М. : Советский спорт, 2001. – 199 с. **3. Винокурова Н.В.** Компетентностный подход в подготовке будущих специалистов сервиса и туризма [Текст] / Н. В. Винокурова, Ю. А. Колесова // Теория и методика профессионально-практической подготовки специалистов сервиса и туризма : сб. науч. статей. – Челябинск : ООО «Изд-во РЕКПОЛ», 2010. – С. 8–15. **4. Зеер Э.Ф.** Психология личностно ориентированного профессионального образования / Э. Ф. Зеер. – Екатеринбург : Уральский государственный профессионально-педагогический университет, 2000. – 258 с. **5. Зорин И.В.** Теоретические основы формирования содержания профессионального туристского образования : дис. ... доктора пед. наук : 13.00.08: теория и методика профессионального образования / Игорь Владимирович Зорин. – М., 2001. – 319 с. **6. Казаков В.Г.** Качество образования / В.Г. Казаков – Оренбург, 2001. – С. 38–40. **7. Котлярова О.В.** Практико-ориентированная концепция профессиональной подготовки специалиста по сервису и туризму [Текст] / Т. Н. Третьякова, О. В. Котлярова // Вестн. Рос. нового ун-та. Сер. Туризм и культурное наследие. – М., 2005. – Вып. 6. – С. 145–152. **8. Лепехина Р.Х.** Активные методы социально-психологической адаптации студентов туристского вуза [Текст] / Р. Х. Лепехина, О. В. Одинцова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2010. – №1. – С. 84–89. **9. Поташник М.М.** Качество образования: проблемы и технологии управления. М. : Педагогика, 2002. – С. 15. **10. Федулин А.А.** Туристское образование: новые горизонты развития [Текст] / А. А. Федулин // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2008. – №1. – С. 72–76.

**Білецька І.А. Наукові підходи і принципи формування готовності майбутніх фахівців сфери туризму до професійної діяльності.**

*У статті розглядається проблема формування готовності майбутніх фахівців сфери туризму до професійної діяльності. Підкреслюється, що на сучасному етапі відсутні чітко визначені наукові підходи і принципи формування готовності майбутніх фахівців сфери туризму до професійної діяльності. Відзначено, що методологічною основою формування готовності майбутніх фахівців сфери туризму до професійної діяльності є гуманістична модель освіти. Реалізація гуманістичної моделі здійснюється за допомогою особистісно-орієнтованого, компетентнісного, акмеологічного, системно-діяльнісного та інтеграційного підходів і базується на принципах гуманістичної педагогіки.*

**Ключові слова:** професійна готовність, професійна підготовка, акмеологічний підхід, особистісно-орієнтований підхід, інтеграційний підхід, системно-діяльнісний підхід, принципи формування готовності майбутніх фахівців сфери туризму до професійної діяльності.

**Beletskaya I. Scientific approaches and principles of formation of readiness of future specialists in the sphere of tourism to the profession.**

*In the article the problem of formation of readiness of future specialists in the sphere of tourism to the profession. It is emphasized that at the present stage there are no clearly certain scientific approaches and principles of formation of readiness of future specialists in the sphere of tourism to the profession. Noted that the methodological basis of formation of readiness of future specialists in the sphere of tourism for professional work is the humanistic model of education. Implementation of the humanistic model is carried out by using student-centered, competence, acmeological, systematic pragmatic and integrative approaches and is based on the principles of humanistic pedagogy.*

**Keywords:** *professional readiness, professional training, acmeological approach, personality-oriented approach, integration approach, system-activity approach, principles of formation of readiness of future specialists in the sphere of tourism for professional activity.*

УДК 355.058

**Друзь Олег Николаевич,**  
кандидат технических наук,  
доцент кафедры «Охрана труда и БЖД»  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет им. В.Даля»  
[bgd.ot.dahl@yandex.ru](mailto:bgd.ot.dahl@yandex.ru)

**Житная Светлана Валерьевна,**  
старший преподаватель  
кафедры «Охрана труда и БЖД»  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет им. В.Даля»  
[bgd.ot.dahl@yandex.ru](mailto:bgd.ot.dahl@yandex.ru)

**ОСОБЕННОСТИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «БЖД» С  
ПРИМЕНЕНИЕМ ИНТЕРАКТИВНЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ  
ДЛЯ НАПРАВЛЕНИЯ «ТУРИЗМ»**

*В данной статье рассматривается вопрос использования интерактивных методов преподавания дисциплины «БЖД» для студентов обучающихся по направлению «Туризм», приведены результаты исследования существующих методов и подходов, на основе системного подхода к дисциплине «БЖД», с целью совершенствования базовой подготовки бакалавров, приведены примеры технологий интерактивного*

*обучения, применяемые в современной педагогике и пример применения их на практических занятиях.*

**Ключевые слова:** *травматизм, несчастный случай, безопасность, туриндустрия, интерактивный метод, ситуационное задание.*

Окружающая среда современного человека насыщена большим количеством опасностей как природного, так и антропогенного характера. Количество случаев травматизма и аварий в сфере туризма, как показывает статистика [1], остается на недопустимо высоком уровне.

Активный вид туризма, из года в год набирает все большую популярность. Это пеший, в т.ч. горный туризм, альпинизм, сплав по горным рекам, спелиотур и др. Вместе с тем, из участвующих на категорийных маршрутах 10 тысяч пеших туристов травмы с тяжелым исходом приходятся в среднем на 4-х туристов; из 10 тысяч лыжников – на 5 туристов, из 10 тысяч водников – на 15 туристов и из 10 тысяч альпинистов – на 24 альпиниста [2].

Основные причины тяжелых травм на категорированных маршрутах распределяются следующим образом:

- гибель на воде – 40%;
- лыжные походы – 19%, в том числе в лавинах – 6%;
- переохлаждение (в условиях пеших и лыжных походов) – 13%;
- автомобильные катастрофы – 12%;
- прочее – 16%.

При анализе данных по спортивным самостоятельным маршрутам (неорганизованный туризм) распределение несчастных случаев в зависимости от основных причин тяжелых травм выглядит следующим образом:

- гибель на воде – 46%, в том числе при перевороте плавсредств – 40%;
- травмы на элементах горного рельефа – 45%, в том числе в лавинах – 17%;
- прочее (болезни, переохлаждение) – 9% [3].

Необходимо отметить, что в последнее время теоретические и практические проблемы БЖД в туриндустрии становятся все более актуальными. В частности создаются и действуют общественные академии БЖД и безопасности и основ здоровья, которые ежегодно организуют международные научно-практические конференции, к работе конференций привлекаются как ведущие специалисты этой отрасли, так и молодые ученые. Тематами конференций являются актуальные вопросы безопасности жизнедеятельности человека, в том числе медицинские, психологические, технические, социальные, биологические, а также педагогические и методологические вопросы

преподавания дисциплин, связанных с безопасностью. Обсуждаются вопросы, связанные с проблемами устойчивого развития безопасности человечества, как одного из наиболее важных ее компонентов; теоретических основ безопасности жизнедеятельности и формирования ее как науки; подготовки специалистов по безопасности, в частности для сферы туризма, и ученых высшей квалификации.

В современных условиях повышение качества обучения вопросам безопасности жизнедеятельности, гражданской защиты и охраны труда, формирования культуры безопасности всех слоев населения требуют поиска и применения в процессе обучения на всех уровнях образования новых методических инноваций.

Анализ материалов последних публикаций показывает, что перспективным является использование интерактивных методов обучения. В данной работе приведены результаты исследования существующих методов и подходов, на основе системного подхода к дисциплине «БЖД», с целью совершенствования базовой подготовки бакалавров по направлению «Туризм».

Касательно понятия интерактивных методов обучения, надо отметить следующее:

интерактивный (от англ. слова interact, inter – обоюдный, act – действовать) означает способность взаимодействовать с техникой (например, с компьютером), или с человеком [4];

интерактивное обучения – это, прежде всего, диалоговое обучение. Во время такого обучения происходит прямое общение между преподавателем и студентом.

Данный вид обучения является специфической формой организации познавательной деятельности, которая имеет ввиду вполне конкретные и прогнозируемые цели.

Суть интерактивного обучения состоит в организации познавательной деятельности таким образом, чтобы практически все студенты были вовлечены в процесс познания. Им дается возможность осознать, обдумать и творчески создать свои решения в виде тезисов, соображений, отстаивать свое мнение.

Интерактивная деятельность на занятиях допускает организацию и развитие диалогового обучения, побуждает студентов к взаимопониманию, взаимодействию, совместному решению общих, и в тоже время значимых для каждого участника проблем.

Интерактивное обучение исключает доминирование мнения одной из сторон над другой. В ходе диалогового обучения студенты учатся: мыслить объективно и критически при решении сложных проблем на основе анализа обстоятельств и соответствующей информации; обращать внимание и взвешивать альтернативные точки зрения; принимать обдуманные решения; принимать участие в дискуссиях,



общаться с другими людьми; формировать профессиональный разговорный сленг (терминологию).

В современной педагогике существует около двух десятков технологий интерактивного обучения таких как: «работа в паре», «мозговой штурм», «ролевая (деловая) игра», «дерево решений» и другие, а так же форм обучения «вертушка», «большой круг», «аквариум» и т.п. [4, 5].

Перечисленные формы и технологии интерактивного обучения наиболее целесообразны для рассмотрения проблемы в целом, что позволяет их реализовывать на практических занятиях по дисциплине «БЖД» на кафедре «Охрана труда и БЖД» ЛНУ им. В. Даля при изучении таких тем как:

- «Оценка химической безопасности при аварии на ХОО и объектах использующих ОХВ»;
- «Оценка радиационной безопасности при аварии на АЭС и при применении ядерного оружия»;
- «Риск, как оценка опасности. Биоритмы и их роль в жизнедеятельности человека».

Как пример в данной статье приведены методологические аспекты интерактивного обучения на практическом занятии по дисциплине «БЖД» на тему «Оценка химической безопасности при аварии на ХОО и объектах использующих ОХВ», реализация которых может быть проведена на кафедре, для студентов направления «Туризм».

В Луганской области сосредоточено 142 ХОО, из них в Луганске – 10 [6]. Поэтому актуальность темы для изучения не вызывает сомнений.

Как ситуационное задание рассматривается возможная авария с выбросом в окружающую среду хлора на Вергунской станции биологической очистки воды [7].

Предметом группового обсуждения служит модель безопасности – путей и способов повышения безопасности и устойчивости функционирования многих объектов хозяйственной деятельности, в том числе ЛНУ им. В. Даля, а также населения проживающего в зоне возможного химического загрязнения.

#### **Технологическая карта проведения занятия**

- *Цель обучения:* сформировать навыки построения модели безопасности и пути ее реализации для конкретной аварийной ситуации.
- количество студентов в группе не более 25 человек;
- аудитория кафедры;
- технология интерактивного обучения – «работа парами», «ролевая игра»;
- форма интерактивного обучения для группового взаимодействия – «большой круг»;

- информационно-аналоговое обеспечение;
- опорные бланки-схемы расположения реального ХОО на плане г. Луганска – 26 штук.;
- фрагменты «Методики прогнозирования ...» [7] – 26 штук.

#### **Технология проведения практического занятия**

Включает в себя три этапа.

*На первом этапе:*

- размещение студентов парами с положением в пол оборота к преподавателю. Такое расположение столов и положение студентов обеспечивает комфортное ведение диалога между парами и преподавателем.
- оснащение каждой пары и каждого студента необходимой учебной информацией (опорными бланками, методическими указаниями), или по возможности ноутбуком (ПК). При использовании последнего вся необходимая учебная информация должна быть записана на электронных носителях и роздана студентам перед началом занятия.
- постановка проблемы перед студентами. Преподаватель задает условия ситуационного задания и напоминает студентам алгоритм поиска решений, приведенный в МУ, полученных перед началом занятия.

*На втором этапе:* в течении 5-10 мин. каждый студент с использованием алгоритма определяет следующие расчетные данные:

- глубину распространения облака загрязненного воздуха ( $G$ , км);
- угловой размер зоны возможного химического загрязнения ( $\varphi$ , град.);
- площадь зоны возможного химического загрязнения ( $S_{ЗВХЗ}$ , км<sup>2</sup>);
- площадь прогнозированной зоны химического загрязнения ( $S_{ПЗХЗ}$ , км<sup>2</sup>);
- время подхода загрязненного хлором облака ( $t_{П}$ , мин) к жилому массиву и корпусам ЛНУ им. В.Даля;
- продолжительность поражающего действия хлора (время испарения) ( $t_{И}$ , час).

Второй этап заканчивается построением зоны химического загрязнения на опорной бланк-схеме.

*На третьем этапе:* каждый студент формирует свою модель безопасности (конкретные пути и предложения) и озвучивает ее всей группе.

Группа выслушивает предложения, а затем проводится голосование по каждому предложению – включать или не включать его в общее решение, которое во время обсуждения фиксируется на доске преподавателем, то есть, на конкретное проявление опасности формируется конкретная модель безопасности.

*Таким образом:* для реализации интерактивного обучения по дисциплине «БЖД» необходимо:

1. Выбрать тематику занятия, которая будет давать возможность рассмотреть проблему в целом.

2. Выбрать соответствующую технологию и форму интерактивного обучения. Обращая внимание на то, что в рамках существующего стандарта по дисциплине «БЖД» время на проведение практических занятий на кафедре «Охрана труда и БЖД» ЛНУ им. В.Даля, а также на кафедрах многих других вузов отведено 18 часов, наиболее приемлемой технологией интерактивного обучения можно считать: «работу парами», «мозговой штурм» и «ролевую игру», а его формой – «большой круг».
3. Подготовить в полном объеме, из расчета на одного студента, пакет информационно-аналитического обеспечения (в виде схем, таблиц или электронного носителя информации).
4. Составить для преподавателя технологическую карту проведения занятия и возможную эталонную модель безопасности для конкретной опасности.

Приведенные выше материалы позволяют сделать выводы о том, что применение интерактивных методов обучения должно стать одним из перспективных и эффективных способов подготовки будущих специалистов, руководителей объектов хозяйственной деятельности, а также специалистов в области БЖД, охраны труда и гражданской защиты.

#### **Литература**

1. <https://ria.ru/tourism/20170301/1489023561.html>.
2. <http://www.mchs.gov.ru/dop/info/smi/news/item/228660>.
3. Обеспечение безопасности при организации туристской деятельности органами исполнительной власти субъектов российской федерации и местного самоуправления (методическое пособие) Москва 2008.
4. **Мясоед Т.А.** «Интерактивные технологии обучения». Спец. Семинар для учителей. – М. : 2004г. – 64с.
5. **Пидкасистый П.Н., Хайдаров Ж.С.** «Технологии игры в обучении и развитии». – М. : 1996г. – 268с.
6. **Касьянов Н.А., Гуляев В.П., Друзь О.Н., и др.** «Гражданская защита» Учебное пособие. (для 12-часовой программы обучения). Луганск. 2007г. – 86с.
7. **Гуляев В.П.** Методические указания к изучению темы «Защита личного состава ВУГУ при авариях на ХОО с выбросом хлора». – Луганск : ВУГУ, 1999. – 32с.

**Друзь О.М., Житня С.В.** Особливості викладання дисципліни «БЖД» із застосуванням інтерактивних методів навчання для напряму «Туризм»

*У даній статті розглядається питання з використання інтерактивних методів викладання дисципліни «БЖД» для студентів, які навчаються за напрямом «туризм» наведені результати дослідження існуючих методів і підходів, на основі системного підходу до дисципліни «БЖД», з метою вдосконалення базової підготовки бакалаврів, наведені приклади технологій інтерактивного навчання, що застосовуються в сучасній педагогіці і приклад застосування їх на практичних заняттях.*

**Ключові слова:** травматизм, нещасний випадок, безпека, туріндустрія, інтерактивний метод, ситуаційне завдання.

**O. Druz, S. Zhytnya Features of teaching “Safety of vital functions” discipline with the use of interactive teaching methods for the direction “Tourism”**

*This article discusses the use of interactive teaching methods for the discipline «Safety of vital functions» for students studying in the «tourism» direction, presents the results of research on existing methods and approaches, based on the systematic approach to the discipline of « Safety of vital functions», with the aim of improving the basic training of bachelors, examples of interactive teaching technologies used in modern pedagogy and an example of their application in practical classes.*

**Key words:** injuries, accident, safety, tourism industry, interactive method, situational task.

УДК:[378.011.3 – 051: 664]: 378.091.64:004

**Киреева Елена Ивановна,**

*кандидат технических наук, доцент  
кафедры технологий производства и  
профессионального образования  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[elena\\_kireeva84@mail.ru](mailto:elena_kireeva84@mail.ru)*

**Жуева Александра Геннадиевна**

*ассистент кафедры технологий производства и  
профессионального образования  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[vierinen@ya.ru](mailto:vierinen@ya.ru)*

**ТЕСТОВЫЙ КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ КАК ФУНКЦИЯ  
ЭЛЕКТРОННОГО УЧЕБНИКА ПО ДИСЦИПЛИНАМ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ЦИКЛА ДЛЯ ИНЖЕНЕРОВ-  
ПЕДАГОГОВ ПИЩЕВОГО ПРОФИЛЯ**

*В статье рассматривается вопрос использования электронных учебников по дисциплинам профессионального цикла в процессе подготовки инженеров-педагогов пищевого профиля, определяется роль*

*компьютерного тестирования в структуре электронного учебника, и обосновывается эффективность тестового контроля знаний в процессе самостоятельного изучения дисциплины.*

**Ключевые слова:** *компьютерное тестирование, электронный учебник, инженеры-педагоги пищевого профиля, контроль знаний.*

В настоящее время проблема подготовки будущих инженеров-педагогов к жизни в современном обществе и профессиональному развитию в высокоразвитой информационной среде, к возможности получения образования с использованием современных информационных технологий является актуальной. То есть, чтобы жить и работать в новом тысячелетии, будущий инженер-педагог пищевого профиля должен соответствовать таким требованиям, как высокий уровень знаний современных технологических процессов, творческий подход к выполнению профессиональных обязанностей, активность, компетентность, способность учиться всю жизнь. Поэтому на настоящем этапе одной из приоритетных задач профессионального образования является разработка профессиональных методов и технологий обучения, направленных на обеспечение готовности будущего инженера-педагога к работе в изменяющихся жизненных ситуациях, на развитие его творческого мышления, формирование чувства самостоятельности, решительности, ответственности, умения критически мыслить.

Оценить деятельность инженера-педагога, используя классическую систему оценки знаний, умений и навыков становится все труднее. Основным средством достижения данной цели является внедрение информационных технологий в процесс изучения специальных дисциплин пищевого профиля, а именно – электронных учебников по дисциплинам профессионального цикла.

Вопросы информатизации образования, основные направления использования информационных технологий в учебной деятельности обучаемых на разных ее этапах рассматривали в своих работах М.М. Абдураков, О.А. Козлов, А.А. Кузнецов, И.В. Роберт и др. Проблемы совершенствования процесса подготовки будущих специалистов исследованы в работах С.А. Архангельского, В.А. Слостенина, И.Ф. Исаева, Л.Н. Давыдовой, Д.М. Маллаева.

В работах таких педагогов-исследователей, как В. Ланкин, О. Григорьева, О. Выштак, Т. Каменева раскрываются преимущества, представляемые электронными учебниками. В указанных исследованиях рассмотрены вопросы структурированности и интерактивности электронных учебников, высокий уровень наглядности, возможность оперативно обновлять и изменять содержание учебного материала, возможность обучаться в удобном темпе в соответствии с познавательными способностями, и пользоваться учебным материалом

в любом месте с помощью персональных компьютерных устройств. Однако эффективность тестирования, как средства контроля знаний при самостоятельном изучении дисциплин и роль компьютерных тестов в структуре электронного учебника описаны недостаточно подробно.

Целью данной статьи является определение роли компьютерного тестирования в структуре электронного учебника, как средства контроля, и обоснование эффективности его применения при самостоятельном изучении дисциплин профессионального цикла.

Как показывает педагогическая практика, одной из важных проблем при самостоятельном или дистанционном изучении дисциплин студентами является именно контроль и проверка качества усвоения учебного материала. Современные методы контроля знаний, применяемые в вузах, характеризуются такими недостатками, как возможность субъективного влияния на результаты контроля, значительные затраты времени на разработку и обновление имеющихся заданий, трудоемкость проверки результатов контроля знаний. Кроме того, использование устных и практических методов оценивания уровня подготовки становится невозможным в условиях самостоятельного или дистанционного изучения дисциплин.

Одним из альтернативных и распространенных способов оценивания качества подготовки студентов в современных вузах является компьютерное тестирование.

Компьютерный тест представляет собой систему формализованных заданий, выполняемых с использованием средств вычислительной техники, по результатам выполнения которых, можно судить об уровне развития определенных качеств испытуемого, а также о его знаниях, умениях и навыках. В простейшем случае оно заключается в том, что при тестировании используются компьютерные версии уже разработанных тестов, т.е. их выполнение и обработка приспособлены к среде ЭВМ.

В отличие от стандартной методики компьютерное тестирование имеет значительные преимущества [2]:

- возможность применять в заданиях различные виды наглядности (рисунки, диаграммы, графики);
- работа с компьютером в большей степени побуждает студентов к самостоятельности, нежели работа с педагогом;
- исключается возможность влияния личностных особенностей и психологического состояния педагога на результаты тестирования;
- использование качественного программного обеспечения для разработки тестов позволяет автоматизировать сложные процессы обработки данных и исключить возможность ошибок, быстро получать результаты оценивания и проводить статистическую оценку полученных результатов;
- применение локальных сетей тестирования позволяет рассылать

задания с компьютера педагога обучающимся, зарегистрированным в подобной сети, и получать результаты выполнения заданий с компьютеров обучающихся, что дает возможность одновременно тестировать большое количество студентов, пространственно отдаленных от места обучения.

Вышеописанные преимущества компьютерного тестирования объясняют целесообразность его использования в качестве средства контроля знаний в структуре электронного учебника по дисциплинам профессионального цикла для инженеров-педагогов пищевого профиля.

Достижение цели данной работы проводится в рамках разработки электронного учебника по дисциплине «Организация ресторанного хозяйства», относящейся к дисциплинам профессионального цикла подготовки инженеров-педагогов пищевого профиля.

В структуру электронного учебника входят информационно-методический, учебно-тренировочный и информационно-справочный блоки.

В научной литературе отмечается, что компьютерное тестирование возможно применять для всех форм контроля: предварительного, тематического, итогового и остаточного [2].

Так на этапе предварительного контроля компьютерное тестирование позволяет одновременно охватить большое количество обучаемых, выявить уровень и объем их начальных знаний, необходимых для успешного освоения дисциплины и своевременно скорректировать учебный материал, опираясь на результаты тестирования.

При проведении тематического контроля компьютерное тестирование выполняет такие функции как осуществление обратной связи и наблюдения за динамикой процесса обучения, оценка результативности учебного процесса, накопление статистических данных, определение путей совершенствования учебного процесса на основе полученных результатов.

Применение электронного тестирования на этапе итогового контроля позволяет разработать такую систему тестовых заданий, с помощью которых становится возможной всесторонняя оценка и систематизация знаний обучающихся, как по отдельной дисциплине, так и по всему пройденному курсу.

Остаточный тестовый контроль дает возможность спустя определенный промежуток времени выявить объем знаний, закрепившихся в долговременной памяти обучающихся, посредством активизации ее в процессе выполнения заданий с использованием средств мультимедиа.

Однако, в работах В. Зайцева, И. Алещановой, Н. Фроловой, отмечается, что использование исключительно тестового контроля знаний является нежелательным в процессе обучения [3]. Так отмечается, что компьютерное

тестирование направлено на диагностику преимущественно теоретических знаний на уровне узнавания и воспроизведения материала, и в силу стандартизованности ответов не дает возможность выполнять творческие задания. Использование тестовых заданий не дает возможности проверить практические навыки, характерные для будущих инженеров-педагогов пищевого профиля, поэтому мы считаем, что в структуре электронного учебника тестовые задания наиболее целесообразно будет использовать для проведения тематического контроля.

Использование компьютерного тестирования для промежуточного контроля при самостоятельном изучении дисциплины позволит студентам своевременно выявлять проблемные участки в освоении учебного материала, дополнительно возвращаться к нему для более подробного изучения, что в сочетании со ссылками на дополнительную информацию, расположенными в лекционном материале, позволит более прочно и углубленно изучить ту или иную тему. Кроме того, регулярность промежуточного тестирования и использование рейтинговой системы подсчета баллов, полученных за выполнение всех промежуточных тестов, позволит усилить у студентов мотивацию к углубленному изучению материала, сформировать навыки самостоятельной учебной работы и самодисциплины.

Программный продукт SunRavTestOffice, применяемый нами для разработки тестовых заданий, предоставляет возможность создавать тесты закрытого типа с одиночным или множественным выбором ответов, тесты на восстановление последовательности и тесты на восстановление соответствия.

Подобные тесты позволяют осуществить проверку знания студентами основных понятий, классификаций, требований и правил в области ресторанного хозяйства; проверку навыков построения алгоритмов протекания технологических процессов, последовательности выполнения технологических операций.

Также данный продукт дает возможность использовать в тестах различные мультимедиа-файлы, что позволяет диагностировать усвоенные способы деятельности у студентов, такие как узнавание и характеристика представленных объектов. Возможность создавать в тестовых заданиях всплывающие подсказки, активизирующиеся в случае выбора неправильного ответа, позволяют студентам скоординировать свои действия по изучению дисциплины, поскольку содержат информацию о том, какой параграф учебника необходимо повторить для успешного ответа на вопрос.

Необходимо учитывать, что с помощью тестирования проблематично диагностировать креативные качества, аналитико-синтетические умения и практические навыки студентов, необходимые в отрасли ресторанного хозяйства. Поэтому, одновременно с электронным тестированием при



дистанційному навчанні необхідно застосовувати аналіз освітньої продукції студентів, різні інтерактивні дискусії в форматі аудіо- і відеоконференцій, практичні роботи, проводимі з використанням віртуальних лабораторій або в реальних умовах в навчальних майстерських і лабораторіях.

### Література

**1. Исламов Р.Г.** Организация тестового контроля на уроках информатики и ИКТ /Методология и методика преподавания естественнонаучных дисциплин в современных условиях: Материалы межрегиональной научно-практической конференции 26 марта 2016 г. / Под общей редакцией А.Ф. Пономарева, Н.Д. Александрова. – Бирск : Бирский филиал Баш.гос. ун-та, 2016. – С 173 – 175. **2. Соколова И.И.** Компьютерное тестирование как наукоемкая педагогическая технология / И.И. Соколова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – СПб. : 2004. – Т 4, № 9. – С. 77 – 86. **3. Ланкин В., Григорьева О.** Электронный учебник: возможности, проблемы, перспективы / В. Ланкин, О. Григорьева // Высшее образование в России. М. : – 2008. – № 2. – С. 130 – 134.

**Кіреєва О.І., Жуєва О.Г.** Тестовий контроль знань як функція електронного підручника з дисциплін професійного циклу для інженерії-педагогів харчового профілю

*У статті розглядаються питання використання електронних підручників з дисциплін професійного циклу в процесі підготовки інженерів-педагогів харчового профілю, визначається роль комп'ютерного тестування в структурі електронного підручника, і обґрунтовується ефективність тестового контролю знань в процесі самостійного вивчення дисципліни.*

*Ключові слова: комп'ютерне тестування, електронний підручник, інженери-педагоги харчового профілю, контроль знань.*

**E. Kireeva, A. Zhueva** Test control of knowledge as a function of the electronic textbook on disciplines of the professional cycle for engineer-teachers of food profile

*The article deals with the use of electronic textbooks on the disciplines of the professional cycle in the process of training food engineers, defines the role of computer testing in the structure of the electronic textbook, and justifies the effectiveness of the test control of knowledge in the process of independent study of the discipline.*

**Key words:** compute rtesting, electronic textbook, food-service engineers, knowledge control.

**Кобзова Светлана Николаевна,**  
кандидат педагогических наук, доцент,  
доцент кафедры туризма,  
гостиничного и ресторанного дела,  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[kobzova@rambler.ru](mailto:kobzova@rambler.ru)

## **«ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ» КАК УЧЕБНАЯ ДИСЦИПЛИНА**

*Статья раскрыта структура и содержание курса «Организационное проектирование и управление проектами», разработанного для магистрантов первого и второго года обучения направлений подготовки 43.04.02 «Туризм» и 43.04.03 «Гостиничное дело». Программа дисциплины предусматривает ознакомление с общими подходами к планированию проектной деятельности, управлением основными областями знаний проектов.*

**Ключевые слова:** проект, проектирование, структура проекта, процессы проекта, управление проектами, организационное проектирование, учебная дисциплина, содержание учебного курса, методические рекомендации.

Постоянная трансформация отечественной экономики, растущая с каждым годом конкуренция среди компаний, необходимость адаптации и приспособления, последних к изменяющемуся рынку обуславливают ориентацию предприятий туризма, гостиничного, ресторанного бизнеса и сферы услуг в целом на постоянное развитие и усовершенствование своей деятельности и всех ее бизнес-процессов. Поскольку развитие туристического бизнеса напрямую зависит от инвестиций в туротрасль, то в сложившихся условиях овладение теоретическими вопросами и навыками в области разработки и реализации новых проектов в сфере услуг приобретает первоочередное значение для будущих специалистов туристической индустрии.

Именно в этой связи в учебных планах по подготовке специалистов по направлениям 43.04.02 «Туризм» и 43.04.03 «Гостиничное дело» в ИТОГТе ЛНУ имени Тараса Шевченко на протяжении последних 7 лет представлен предмет «Организационное проектирование и управление проектами».

Предметом изучения «Организационное проектирование и управление проектами» являются экономические, организационные и

правовые аспекты разработки новых проектов субъектов туристической индустрии. Дисциплина изучает формы, механизм управления разработкой проектов с целью обеспечения эффективного развития предприятий индустрии туризма и развлечений и постоянного увеличения их рыночной стоимости.

Анализ последних исследований и публикаций показал, что большое количество российских, украинских и прочих иностранных ученых выбирали предметом изучения проектное управление. Среди них – работы А.И. Балашова, Е.М. Роговой, М.В. Тихоновой, Е.А. Ткаченко, Н.С. Бушуевой, Л.П. Батенко, Р.Ф. Ярошенко, А.Т. Зуб, Л.В. Ноздриной, Ю.И. Попова, О.В. Яковенко и др. Вместе с тем, по нашему мнению, совокупность профессиональных знаний по управлению проектами, признанных в качестве стандарта, представляет собой Руководство к своду знаний по управлению проектами (A Guide to the Project Management Body of Knowledge – руководство РМВОК®) [1], очередное издание которого было подготовлено волонтерами Института управления проектами (PMI).

Поскольку PMI использует данный стандарт в качестве основного справочного материала по управлению проектами для своих программ профессионального развития и сертификации, а повсеместное признание, которое завоевывает проектная деятельность, является показателем того, что применение соответствующих знаний, процессов, навыков, инструментов и методов может иметь решающее значение для успеха проекта, то теоретические и методические особенности учебных материалов по предмету «Организационное проектирование и управление проектами» при их использовании на туристических специальностях требуют постоянного обновления именно с учетом специфики индустрии туризма.

Целью данной статьи является анализ обновленного содержания учебной дисциплины «Организационное проектирование и управление проектами», разработанной для магистрантов первого и второго года обучения по направлениям подготовки 43.04.02 «Туризм» и 43.04.03 «Гостиничное дело».

Изложение основного материала. Курс «Организационное проектирование и управление проектами» занимает важное место в системе обучения специалистов по направлениям подготовки 43.04.02 «Туризм» и 43.04.03 «Гостиничное дело» и относится к группе дисциплин подготовки по специальности. Программа дисциплины рассчитана на 180 часов (5 з.е.) и предполагает проведение 34 часов лекций, 28 часов практических занятий и 118 часов самостоятельной работы студента.

Цель изучения дисциплины – теоретическая и практическая подготовка будущих менеджеров к организационному проектированию и управлению проектами предприятий в сфере туризма, усвоение

студентами особенностей управления основными областями знаний проектов, формирование у обучающихся целостной системы знаний и умений эффективного осуществления проектной деятельности в сфере услуг.

Основной задачей изучения курса является овладение студентами знаниями основ организационного проектирования и управления проектами предприятия сферы туризма, а именно в вопросах:

- общей характеристики организационного проектирования, его концептуальной основы, целей, задач;
- экономической сущности и видов проектов предприятия индустрии туризма;
- основных форм проектов в области туризма;
- оценки инвестиционной привлекательности отдельных проектов предприятий;
- использования современного методического инструментария оценки эффективности проектов;
- порядка подготовки к рассмотрению реальных проектов;
- инвестирования капитала в проекты предприятия туристической сферы;
- оценки рисков проектов в сфере туризма;
- управления основными областями знаний проектов.

Изучение указанных вопросов позволит обеспечить формирование у будущего специалиста индустрии туризма и гостеприимства навыков проектной деятельности с учетом специфики функционирования предприятий туристической сферы в современных условиях.

Условием успешного освоения дисциплины является следующий уровень подготовки студента:

- в области знаний: принципы развития и закономерности функционирования организации, типы организационных структур, их основные параметры и принципы проектирования;
- в области понимания: современный инструментарий управления человеческими ресурсами;
- в области умения, навыка: ставить цели и задачи на каждом этапе планирования и проектирования организации, анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию, организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач, анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности, диагностировать организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию.

Дисциплина «Организационное проектирование и управление проектами» изучается в первом - третьем семестрах, ее содержание

является логическим продолжением изучаемых студентами бакалавриата курсов «Менеджмент в туризме», «Планирование и анализ деятельности туристического предприятия», «Бизнес-планирование туристического предприятия». Курс служит основой для дальнейшего освоения комплекса дисциплин профессиональной подготовки, в том числе таких предметов как «Управление качеством туристических услуг», «Прогнозирование и планирование туристской деятельности», «Технологии туристско-рекреационного проектирования и освоение территорий».

Студенты, завершившие изучение дисциплины «Организационное проектирование и управление проектами», должны:

- знать основные концепции и принципы организационного проектирования; особенности управления проектами в зависимости от формы собственности, сферы деятельности, отрасли экономики; состав и источники финансирования отдельных туристических проектов предприятия;
- уметь на практике применять полученные знания, свободно ориентироваться в теоретических и практических проблемах проектной деятельности на предприятии, анализировать эффективность отдельных проектов, разрабатывать стратегию инвестиционной деятельности предприятия, предлагать меры для уменьшения рискованности проектов туристических предприятий;
- владеть навыками работы с законодательными, нормативными и инструктивными документами по управлению различными видами проектов предприятия.

Формирование у магистрантов туристических специальностей понимания перспективности использования проектного подхода в будущей профессиональной деятельности происходит в процессе их ознакомления с широким кругом вопросов, разделенных на три условных содержательных блока со следующей тематикой:

#### Раздел 1. Основы управления проектами

##### Тема 1. Роль и значение управления проектами в современном мире.

Место и роль управления проектами в управленческой деятельности.

Теоретические основы управления проектами. Участники проекта

- 1.1. Понятие проекта и управления проектами
- 1.2. Жизненный цикл проекта
- 1.3. Классификация и окружение проекта
- 1.4. Процессы проекта. Цели, результаты и стратегия проекта
- 1.5. Участники проекта

Тема 2. Обоснование целесообразности проекта. Основные формы организационной структуры проекта

- 2.1. Проектный анализ
- 2.2. Методы оценки проекта

- 2.3. Бизнес-план предприятия (туроператора, турагента, гостиницы, предприятия питания, экскурсионного бюро)
- 2.4. Техничко-экономическое обоснование (ТЭО)
- 2.5. Организация системы управления проектами
- 2.6. Структуры управления проектами
- 2.7. Выбор организационной структуры управления
- Тема 3. Общие подходы к планированию проектов
  - 3.1. Сущность планирования проекта
  - 3.2. Цели, назначение и виды планов
- Тема 4. Структуризация проекта
  - 4.1. Основные этапы структуризации проекта
  - 4.2. Сетевые и календарные методы планирования. Сетевые графики
- Тема 5. Планирование расходов, бюджета, времени и расписания проекта
  - 5.1. Планирование расходов и оценка стоимости проекта
  - 5.2. Бюджетирование проекта
  - 5.3. Оценка продолжительности работ
  - 5.4. Разработка расписания проекта
  - 5.5. Анализ возможности реализации проекта и оптимизация плана проекта
- Раздел 2. Контроль выполнения проекта. Управление основными областями знаний проектов
- Тема 6. Контроль выполнения проекта
  - 6.1. Сущность процесса контроля проекта
  - 6.2. Мониторинг проекта
  - 6.3. Измерение прогресса выполнения работ проекта
- Тема 7. Управление рисками проекта
  - 7.1. Понятие риска, классификации рисков
  - 7.2. Управление риском
  - 7.3. Характеристика рисков, сопровождающих реализацию проектов предприятий сферы туризма
- Тема 8. Управление персоналом в проектах
  - 8.1. Лидерство. Роль менеджера в проекте
  - 8.2. Команда проекта
  - 8.3. Мотивация персонала проекта
- Тема 9. Управление коммуникациями, закупками и качеством проекта
  - 9.1. Управление коммуникациями проекта
  - 9.2. Управление коммуникациями проекта в туризме
  - 9.3. Управление закупками проекта
  - 9.4. Понятие качества в контексте проектного менеджмента
- Тема 10. Аутсорсинг и офшоринг в управлении проектами
  - 10.1. Понятие и виды аутсорсинга
  - 10.2. Аутсорсинг управления проектами

10.3. Направления использования аутсорсинга в туризме

10.4. Офшоринг

Раздел 3. Теоретические и методологические основы развития и организационного проектирования систем управления

Тема 11. Организационное проектирование, основные понятия, значение

11.1. Организационное проектирование: основные понятия, концептуальная основа, объект, предмет, цель, задачи

11.2. Структура организации. Общие принципы структурного построения организаций. Варианты организационных структур

11.3. Основные проблемы организационного проектирования и подходы к развитию организаций

11.4. Комплексное и локальное организационное проектирование, их отличия

Тема 12. Планирование и организация проектных работ. Структура проектно-исследовательских работ

12.1. Виды организационного проектирования, общие требования к составу и содержанию проектных работ при локальном и комплексном проектировании

12.2. Основные стадии и этапы организационного проектирования, требования к составу и содержанию работ на различных этапах

12.3. Понятие диагностики систем управления и методы ее проведения

Тема 13. Методы исследования в оргпроектировании

13.1. Классификация методов исследования в оргпроектировании

13.2. Методы социологического исследования в оргпроектировании

13.3. Метод эксперимента в оргпроектировании

13.4. Экспертные методы исследования и проектирования

13.5. Статистика в оргпроектировании

13.6. Проективные методы в оргпроектировании

В процессе обучения студенты получают необходимые знания также во время проведения практических работ. Однако особое значение в процессе закрепления материала играет самостоятельная работа магистрантов. Обратим внимание на то, что, например, в качестве таких заданий студентам предлагалось:

1) в рамках изучения темы «Структуризация проекта» – построить трехуровневую рабочую структуру проекта организации и проведения рекламной компании турецкого ТО на рынке России в соответствии со следующими подходами: а) этапы жизненного цикла проекта; б) деление по субпроектам (субпродуктам); в) по локализации работ; г) по центрам затрат (привлеченными организациями);

2) в рамках изучения темы «Контроль выполнения проекта» – выбрать и раскрыть основные характеристики одной из многочисленных

систем, которые реализуют функции календарного планирования и контроля проектов (например: Microsoft Project, Open Plan Professional, Spider Project, Sure Trek Project Manager, Primavera Project Planner (P3), Time Line, CA Super Project, Project Scheduler, Turbo Project, Artemis Views);

3) в рамках изучения темы «Управление персоналом в проектах» – выбрать из практики работы ТО-ТА любую ситуацию, в которой сотрудникам требуется мотивация, показать последовательно как в ней будет работать модель Портера-Лоулера.

Также было установлено, что использование самостоятельной работы, организованной с применением проблемно-поискового метода, в ходе изучения дисциплины является целесообразным, актуальным и эффективным.

Таким образом, в основу разработанной дисциплины «Организационное проектирование и управление проектами» были положены теоретико-методологические основы проектной деятельности в туризме. Предложенный курс базируется на практико-ориентированном, проектном, личностно-ориентированном подходах. Изучение предмета поможет студентам разобраться с концепциями, связанными с управлением проектами в сфере туризма и гостеприимства, сформировать навыки проектной деятельности. Перспективы дальнейших исследований автора будут связаны с обновлением практикума и тестового контроля знаний студентов по указанной дисциплине.

### **Литература**

1. Руководство к Своду знаний по управлению проектами (Руководство РМВОК®). – Пятое издание. – США, Пенсильвания : Project Management Institute, 2013. – 586 с.

**Кобзова С.М. «Організаційне проектування та управління проектами» як навчальна дисципліна.**

*У статті розкрито структуру та зміст курсу «Організаційне проектування та управління проектами», розробленого для магістрантів першого і другого року навчання за напрямками підготовки 43.04.02 «Туризм» та 43.04.03 «Готельне справа». Програма дисципліни передбачає ознайомлення із загальними підходами до планування проектної діяльності, управлінням основними галузями знань проектів.*

**Ключові слова:** проект, проектування, структура проекту, процеси проекту, управління проектами, організаційне проектування, навчальна дисципліна, зміст навчального курсу, методичні рекомендації.



**S. Kobzova «Organizational Projection and Project Management» as a training discipline.**

*In the article the structure and content of the course «Organizational projection and Project Management», designed for masters of specialties 43.04.02 «Tourism» and 43.04.03 «Hospitality», is described. The program of the discipline implies the study of common approaches to the planning of project activity, management of the main fields of knowledge of projects.*

**Key words:** *project, projecting, project structure, project processes, project management, organizational projection, academic discipline, content of the training course, methodical recommendations.*

УДК 338.48

**Рубан Дмитрий Александрович,**

*кандидат геолого-минералогических наук, доцент*

*доцент Высшей школы бизнеса*

*ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»*

*[ruban-d@mail.ru](mailto:ruban-d@mail.ru)*

**РОССИЙСКИЙ ТУРИЗМ В ВЕДУЩИХ МЕЖДУНАРОДНЫХ НАУЧНЫХ ЖУРНАЛАХ: БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

*Анализ библиографической информации показал, что в течение 5 лет (2013–2017 г.г.) в трех ведущих международных научных журналах по туризму российскими специалистами было опубликовано 4 статьи, из которых лишь одна посвящена отечественной индустрии туризма. Незначительная представленность российского туризма в этих изданиях связана с рядом особенностей отечественного академического сообщества, при этом исправление сложившейся ситуации возможно за счет принятия ряда неотложных мер.*

**Ключевые слова:** *академическое сообщество, индустрия туризма, медиарынок, научная статья, социологические исследования.*

Индустрия туризма в России претерпевает существенные изменения, связанные с попыткой решения задач по переориентации на внутренний рынок и диверсификации предложения на рынке. Безусловно, изучение соответствующих процессов представляет собой значительный научный интерес. И действительно отечественные специалисты публикуют ежегодно сотни научных работ по проблемам туризма, а число этих специалистов также измеряется первыми сотнями. При этом важно понимать, что современная наука не ограничена пределами определенной страны, а основным результатом исследований считается ста-

тя в международном научном журнале. Отметим, что в настоящее время изучение туризма концентрируется в университетах таких стран как Австралия, Великобритания, Испания, Китай (прежде всего, Гонконг), Малайзия, Новая Зеландия, Тайвань и США (перечислены в алфавитном порядке).

Предыдущие исследователи обратили внимание, что проблемам российского туризма в международных научных журналах посвящено весьма небольшое число статей [1, с. 365]. Однако данный вопрос остается недостаточно «глубоко» изученным, что также требует также учета новой информации. Стоит отметить, что ранее было показано значительное влияние состояния научного медиарынка на проводимые исследования [2, с. 140; 3, с. 33], в т.ч. в области туризма [4, с. 193]. Целью настоящей работы является изучение представленности российского туризма в ведущих международных научных изданиях. При этом основным методом выступает анализ библиографической информации, представленных в электронных справочных системах.

В целях настоящей работы проводился контент-анализ статей (с учетом аффилиций их авторов) за 5 лет (2013–2017) в трех ведущих международных журналах по туризму, публикуемых издательским домом «Elsevier», а именно «Annals of Tourism Research», «Tourism Management» и «Tourism Management Perspectives». Журналы эти весьма объемны и отражают «передовые» исследования туризма, ведущиеся во всем мире. Сбор и одновременная фильтрация библиографической информации осуществлялись с использованием средств он-лайн системы «ScienceDirect». Кроме того, привлекались отдельные средства электронной библиографической базы «Scopus».

Результаты проведенного анализа оказались следующими. Всего за пятилетний период удастся выявить более 100 статей, имеющих отношение к российскому туризму, однако лишь порядка десяти из них фокусируются на данном предмете. Важно отметить, что подавляющее число статей написано либо иностранными специалистами, интересующимися состоянием индустрии туризма в стране (например, [5, с. 162]) и особенностями отечественных туристов (например, [6, с. 455; 7, с. 15]), либо зарубежными учеными с русскими «корнями» (например, [8, с. 54]). В настоящей работе эти статьи во внимание не принимаются, т.к. по сути, не представляют российскую науку о туризме.

Основного внимания заслуживают работы специалистов с аффилицией к российским учреждениям. Таковых за период 2013–2017 г.г. было опубликовано всего 4. При этом общее число статей в рассматриваемых журналах за тот же самый период составило 1756, т.е. представленность российского туризма в них оказалась порядка 0,2%. Это ничтожно мало в сравнении с другими странами. Более того, из выявленных четырех статей две, опубликованные автором настоящей работы (Южный феде-

ральный университет, г. Ростов-на-Дону) [9, с. 1; 10, с. 204], посвящены глобальным вопросам и касаются России весьма опосредованно. Еще одна статья (также по общим вопросам) написана швейцарским специалистом, работающим по приглашению в Уральском федеральном университете (г. Екатеринбург) [11, с. 234]. Эти три публикации лишь условно могут рассматриваться в контексте представленности российского туризма в ведущих международных журналах. Лишь единственная статья, опубликованная сотрудниками Российского государственного социального университета (г. Москва) [12, с. 66], написана российскими авторами и посвящена российской же индустрии туризма. В ней речь идет о правовой основе деятельности туроператорских компаний.

Может выдвинуть предположение, что российские авторы по ряду выбирают другие международные издания для публикации своих работ по туризму (хотя это было бы странно с учетом престижа трех рассматриваемых журналов). Однако данные электронной библиографической базы «Scopus» выявляют аналогичную или даже еще худшую ситуацию. Кроме того, небольшое число статей отечественных специалистов попадает в прочие (не специализирующиеся на туризме) международные научные журналы, которые, как правило, лишь условно можно отнести к числу ведущих. В целом, все сказанное выше фиксирует «периферийность» российского туризма в мировой науке. Это касается и тематики исследований, и деятельности ученых.

Возникает закономерный вопрос о причинах ситуации выявленной по результатам настоящего библиографического анализа. Эти причины могут быть сведены к следующему: 1) неосведомленность российского академического сообщества, изучающего туризм, о ведущих международных журналах и принципах публикации в них; 2) отсутствие стимулов для публикации статей в международных изданиях; 3) национальные особенности изучения туризма (в России это ресурсы и экономика туризма, деятельность туроператоров и турагентов, тогда как в мире – социологические аспекты туризма); 4) отсутствие навыков использования современных методов, необходимых для проведения «глубоких» исследований; 5) отсутствие вовлеченности в исследовательскую деятельность мирового академического сообщества. К сказанному можно добавить малый интерес мировой науки к проблемам российского туризма, которые носят весьма специфический и малопонятный для иностранных ученых характер. Напротив, языковой барьер не стоит считать сдерживающим фактором: при условии содержательного качества и «глубины» исследования, основанная на нем работа вряд ли будет отклонена редактором журнала (скорее будет рекомендована «языковая правка»).

В связи со сказанным возникает закономерный вопрос о самом значении представленности российского туризма в ведущих международных научных журналах. По мнению автора, оно важно для: 1) решения задач,

связанных с укреплением позиций страны в глобальном академическом пространстве и отстаивания соответствующих национальных интересов (в т.ч. научный патриотизм через демонстрацию исследовательских успехов и возможностей); 2) повышения качества исследований для надежного научного обоснования развития индустрии туризма в стране; 3) повышения качества образования в сфере туризма. С учетом сказанного выявленная настоящим анализом проблема «периферийности» требует скорейшего решения.

В качестве мер для качественного изменения деятельности российских ученых в области туризма можно рекомендовать: 1) проведение разьяснительной работы относительно международных журналов в виде методических семинаров; 2) стимулирование опубликования в таких изданиях (как за счет установления в той или иной мере жестких квалификационных требований, так и за счет премирования); 3) повышение квалификации ученых (как в зарубежных вузах, так и за счет приглашения в отечественные вузы иностранных специалистов); 4) поощрение участия ученых в международных исследовательских программах (подразумеваются как официальные проекты, так и неформальное сотрудничество); 5) существенная коррекция образовательных программ (на уровне бакалавриата, магистратуры, аспирантуры) с усилением социологического компонента и снижением необоснованной практикоориентированности. Выглядит логичным, чтобы осуществлением этих мер занимались Министерство образования и науки РФ, равно как и административные органы вузов, где реализуются образовательные программы по сервисным направлениям и сотрудники которых участвуют в изучении туризма. Сказанное вовсе не означает, что отечественная наука о туризме должна «подстраиваться» под мировую. Более того, пример успешного опубликования вышеотмеченной работы [12, с. 66] показывает, что российские специалисты вполне могут сами предлагать актуальную тематику. Тем не менее, для массового «вливания» ученых в мировое академическое сообщество на начальном этапе логично продемонстрировать способность ведения исследований по уже сложившимся «правилам», чтобы впоследствии самим диктовать «повестку дня».

В целом, могут быть сделаны два основных вывода. Во-первых, проведенный библиографический анализ выявил незначительную представленность российского туризма в ведущих международных научных журналах. Во-вторых, данная проблема связана с состоянием исследований в области туризма в стране и требует соответствующего и при этом неотложного решения. Российские исследователи туризма, должны ставить и последовательно решать амбициозную задачу по «выходу» на мировой уровень, в т.ч. для обеспечения национальных интересов.

## Литература

- 1. Andrades L.** Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges / L. Andrades, F. Dimanche // *Tourism Management*. 2017. V. 62. P. 360-376. **2. Полухина О.А.** Национальный научный медиа-рынок в условиях глобализации и роль информационных технологий в его формировании (на примере геологии) / О.А. Полухина, Д.А. Рубан // *Вестник ТГУ*. – 2012. – № 356. – С. 140–146. **3. Рубан Д.А.** Научный медиарынок как составляющая региональных инновационных систем: актуальность для поступательного экономического развития России / Д.А. Рубан // *Национальные интересы: приоритеты и безопасность*. – 2015. – № 38. – С. 33–43. **4. Рубан Д. А.** Состояние академического медиарынка как препятствие на пути развития науки о туризме и гостеприимстве / Д.А. Рубан // *Медиапространство Российской Федерации: глобальный и национальный аспекты (к 100-летию башкирской национальной печати)*. – Туймазы: БашГУ, 2017. – С. 193–196. **5. Ivanov S.** Impacts of the entry of the Autonomous Republic of Crimea into the Russian Federation on its tourism industry: An exploratory study / S. Ivanov, K. Idzhylova, C. Webster // *Tourism Management*. – 2016. – V. 54. – P. 162–169. **6. Mynttinen S.** Perceptions of food and its locality among Russian tourists in the South Savo region of Finland / S. Mynttinen, J. Logren, M. Sarkka-Tirkkonen, T. Rautiainen // *Tourism Management*. – 2015. – V. 48. – P. 455–466. **7. Stylos N.** Linking the dots among destination images, place attachment, and revisit intentions: A study among British and Russian tourists / N. Stylos, V. Bellou, A. Andronikidis, C. A. Vassiliadis // *Tourism Management*. – 2017. – V. 60. – P. 15–29. **8. Kirilenko A.P.** Sochi 2014 Olympics on Twitter: Perspectives of hosts and guests / A. P. Kirilenko, S. O. Stepchenkova // *Tourism Management*. – 2017. – V. 63. – P. 54–65. **9. Ruban D.A.** Geotourism - A geographical review of the literature / D. A. Ruban // *Tourism Management Perspectives*. – 2015. – V. 15. – P. 1–15. **10. Ruban D.A.** Representation of geologic time in the global geopark network: A web-page study / D. A. Ruban // *Tourism Management Perspectives*. – 2016. – V. 20. – P. 204–208. **11. Muller M.** Approaching paradox: Loving and hating mega-events / M. Muller // *Tourism Management*. – 2017. – V. 63. – P. 234–241. **12. Kuzakhmetova S.Yu.** International tour operators' responsibility guarantees in developing legislation in the Russian Federation / S. Yu. Kuzakhmetova, L. B. Sitdikova, A. L. Shilovskaya // *Tourism Management Perspectives*. – 2016. – V. 20. – P. 66–69.

### ***Рубан Д.А. Російський туризм у провідних міжнародних наукових журналах: бібліографічний огляд***

*Аналіз бібліографічних даних показав, що протягом п'яти років (2013-2017 рр.) Російські фахівці опублікували лише 4 статті в трьох провідних міжнародних наукових журналах, орієнтованих на туризмі,*

серед яких єдиний документ присвячено вітчизняній туристичній індустрії. Недостатнє представлення російського туризму в таких виданнях пов'язане з деякими особливостями національної академічної спільноти, і зареєстрована ситуація може бути покращена через кілька негайних дій.

**Ключові слова:** академічна спільнота, туристична індустрія, медіа-ринок, наукова стаття, соціологічні дослідження.

### **Ruban D.A. Russian tourism in leading international scientific journals: a bibliographical survey**

*Analysis of bibliographical data has shown that Russian specialists published only 4 articles in three leading tourism-focused international scientific journals during 5 years (2013–2017), among which the only paper is devoted to the domestic tourism industry. Insufficient representation of Russian tourism in such editions is linked to some peculiarities of the national academic community, and the registered situation can be improved via some immediate actions.*

**Key words:** academic community, tourism industry, media-market, scientific article, sociological investigations.

УДК [378.011.3-051:338.48](560)

**Семенова Инна Ивановна,**  
ассистент кафедры туризма,  
гостиничного и ресторанного дела  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[makeeva\\_inna@mail.ru](mailto:makeeva_inna@mail.ru)

### **ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ТУРИСТСКИХ КАДРОВ В ТУРЦИИ (СТЕПЕНЬ АССОЦИАТА)**

*В статье раскрыта сущность практической подготовки туристских кадров в Турции, обучающихся по образовательной программе степени ассоциата. Организация и условия практической подготовки, в частности жесткие временные рамки и требования к качеству выполнения рабочих операций и подготовки отчетной документации стажера, способствуют реализации цели и основных задач практики: формирование и совершенствование профессиональных умений и навыков, развитие личностных качеств будущего менеджера туризма и гостеприимства.*

**Ключевые слова:** практическая подготовка, стажер, туристские кадры, степень ассоциата.

При рассмотрении вопроса практической подготовки отечественных туристских кадров целесообразно обратиться к прогрессивному опыту успешных туристских стран, в частности Турции, индустрия туризма которой постоянно пополняется квалифицированными кадрами. Практическая подготовка туристских кадров представляет собой неотъемлемую часть профессионального образования в Турции.

Различным аспектам профессиональной подготовки специалистов сферы туризма в Турции посвящены работы таких зарубежных ученых, как Дж. Авджыкурт (С. Avcıkurt), О. Далли (О. Dalli), Ш. Демирколь (Ş. Demirkol), М. Ешилташ (М. Yeşiltaş), С. Шахин (S. Şahin), О. Ягджи (О. Yağci). Вовлеченность ряда зарубежных ученых в изучение проблемы практической подготовки будущих специалистов сферы туризма в Турции свидетельствует о ее актуальности. Однако данная проблема не нашла своего отражения в научных трудах отечественных исследователей.

Цель статьи состоит в раскрытии сущности практической подготовки кадров для сферы туризма на примере университета Турции. Достижению цели предшествует решение задач исследования: раскрыть цель, организацию и этапы практической подготовки.

Рассмотрим программу практики на примере образовательной программы степени ассоциата «Менеджмент туризма и гостеприимства» Высшей профессиональной школы социальных наук Средиземноморского университета.

Согласно ст. 44 Закона «О высшем образовании» № 2547, ст. 6 (2; 4) Положения о порядке подготовки специалистов степени ассоциата и бакалавра в Средиземноморском университете от 26.08.2011 № 28037, Сенат университета принял Положение Средиземноморского университета о принципах и порядке осуществления стажировки в профессиональной высшей школе [1; 2; 3]. Основываясь на данном Положении, в учебном плане программы степени ассоциата «Менеджмент туризма и гостеприимства» стажировка запланирована на конец II семестра в пределах первого года обучения [4].

Цель стажировки в рамках программы степени ассоциата «Менеджмент туризма и гостеприимства» заключается в закреплении теоретических знаний в области туризма и гостеприимства, полученных в процессе обучения по образовательной программе, развитии умений и навыков практической деятельности, сформированных во время практических и лабораторных занятий, путем выполнения задач в реальных условиях бизнеса; обеспечения понимания и признания должностных обязанностей, профессиональных отношений, новых технологий, процесса организации, координации и производства на рабочем месте [3].

Функции по организации практической подготовки студентов возложены на Совет университета по стажировке, Совет профессиональной высшей школы по стажировке, Совет по стажировке в рамках

образовательной программы [3].

Деятельность Советов протекает в рамках иерархической структуры: Совет по стажировке в рамках программы подчиняется Совету ПВШ по стажировке, который, в свою очередь, находится в подчинении Совета университета по стажировке. В состав Советов входят заместитель ректора, директор ПВШ, координатор сотрудничества «школа – индустрия», заведующий кафедрой, координатор программы «Менеджмент туризма и гостеприимства».

Согласно учебному плану на стажировку отводится от 30 до 60 рабочих дней (минимум 240 и максимум 480 часов) в летние месяцы (Июнь-Июль-Август), то есть практика совпадает с летними каникулами [4]. На туристских специальностях даты практики устанавливаются в соответствии с туристским сезоном [3]. Базами практики для студентов специальности «Менеджмент туризма и гостеприимства» служат четырех- и пятизвездочные отели Турции [4]. Чаще всего студенты проходят стажировку в службах приема и размещения, обслуживания, эксплуатации номерного фонда, питания.

В процессе практики задействованы обучающий квалифицированный работник, контролер, координатор программы и стажер [3]. Руководство практикой возлагается на обучающего квалифицированного работника и координатора программы.

Обучающий квалифицированный работник – это работник предприятия, имеющий профессиональную квалификацию и выступающий в качестве руководителя практики от предприятия.

Координатор образовательной программы – преподаватель кафедры, руководитель образовательной программы, выступающий в качестве руководителя практики от университета.

Контролер – преподаватель образовательной программы, заместитель директора высшей профессиональной школы, выполняющий функцию контроля практики. Контролер назначается Советом высшей профессиональной школы по стажировке из числа преподавателей кафедры.

Взаимосвязь стажера и координатора программы проявляется в постоянном информационном контакте, правке и оценке документации по практике.

Обучающий работник и стажер находятся в непосредственной связи в процессе выполнения производственных операций на предприятии. Руководитель практики от предприятия обучает, направляет, курирует и контролирует практику студента на рабочем месте.

Обучающий работник, стажер и координатор программы взаимодействуют на этапе поиска и утверждения базы практики в начале практики. В конце стажировки отчеты обучающего работника передаются координатору программы для дальнейшей оценки практики.



Контролер посещает стажера на рабочем месте минимум один раз за время практики, а отчет о проверке в дальнейшем передается координатору программы. Связь контролера со стажером и координатором программы является односторонней, в то время как между остальными участниками практики происходит взаимодействие.

Стажировка проходит в три этапа.

Этап оформления на практику. На первом этапе практики студент занимается поиском предприятия для осуществления стажировки, проходит предварительное собеседование на рабочем месте. После того, как осуществлен выбор предприятия, студент обращается к координатору программы для утверждения базы практики. После получения подтверждения базы практики со стороны координатора, студент оформляет документы: 1) заполняет заявление на прохождение практики в двух экземплярах, заверив их печатью и подписью на предприятии; 2) заполняет необходимые поля и вклеивает фото в досье по стажировке; 3) оформляет договор социального страхования от несчастного случая и профессионального заболевания [3]. В досье по стажировке вкладывается анкета стажера, которая содержит информацию о пройденных курсах в течение обучения и предыдущих стажировках студента. Заполненные документы студент передает руководителю практики от университета – координатору программы. Утвердив документы в Совете профессиональной высшей школы, координатор программы передает официальное письмо на рабочее место [3].

Этап прохождения практики. В течение 7 дней после начала практики предприятие передает Уведомление о начале стажировки в Совет ПВШ по стажировке [5]. С момента начала практической подготовки на рабочем месте студент начинает работать над подготовкой отчетной документации по практике. Отчетная документация заполняется и утверждается на предприятии в течение стажировки. Досье по стажировке студент заполняет в соответствии с правилами, установленными Советом ПВШ по стажировке [3]. Отчет контролера о проверке прохождения стажером практики заполняется контролером после проведенной проверки и вкладывается в Досье по стажировке. Отчет включает бальную оценку профессиональных и личностных качеств стажера. К концу практической подготовки уполномоченное лицо на базе практики заполняет Отчет работодателя о стажировках на предприятии. В документе указывается квота на практику для профессиональных высших школ; число стажеров, завершивших и не завершивших, прервавших и досрочно прекративших стажировку. Отчет стажера по практике – основной документ в Досье по стажировке. Отчет по практике содержит информацию о базе практики: наименование и адрес предприятия, организационная структура, кадровый состав, основные направления деятельности, краткая история организации. Основное содержание отчета посвящено

описанию технологических процессов и операций, которые выполнял стажер на практике. В заключении к отчету отмечаются знания, умения и навыки студента, приобретенные и получившие дальнейшее развитие в течение практики, достижение цели и задач стажировки, приводятся конструктивные предложения.

Этап оценивания практики. На заключительном этапе осуществляется доставка Досье по практике координатору программы и проводится оценивание стажировки [5].

Таким образом, учебная профессиональная практика по программе степени ассоциата «Менеджмент туризма и гостеприимства» представляет собой этап практической подготовки в учебном процессе, разделяющий и дополняющий систему теоретических дисциплин. Организация и условия практической подготовки, в частности жесткие временные рамки и требования к качеству выполнения рабочих операций и подготовки отчетной документации стажера, способствуют реализации цели и основных задач практики: формирование и совершенствование профессиональных умений и навыков, развитие личностных качеств будущего менеджера туризма и гостеприимства.

#### Литература

**1. Yükseköğretim Kanunu:** Türkiye Cumhuriyeti Kanunu, Kabul Tarihi: 04.11.1981 № 2547 – R. Gazete № 17506, 1981. – 92 s. **2. Akdeniz Üniversitesi Ön Lisans ve Lisans Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği** [Elektronik kaynak] / Rektörlük Üst Yönetim Akdeniz Üniversitesi. – Antalya. – Erişim modu :<http://icerik.akdeniz.edu.tr/tr.i186.rektorluk-ust-yonetim>. **3. Akdeniz Üniversitesi Meslek ve Teknik Eğitim Bölgesi İçinde ki Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Birim İç ve Birim Dışı Eğitim ve Uygulamalarına İlişkin Esas ve Usuller Hakkında Yönerge** [Elektronik kaynak] / Akdeniz Üniversitesi. – Antalya. – Erişim modu :<http://icerik.akdeniz.edu.tr/tr.i191.meslek-yuksekokullari>. **4. Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı / Sosyal Bilimler MYO / Akdeniz Üniversitesi.** – [Elektronik kaynak]. – Erişim modu:<http://sosyal.akdeniz.edu.tr/programlar>. **5. Staj Uygulamaları İle İlgili Sik Sorulan Sorular / Sosyal Bilimler MYO / Akdeniz Üniversitesi.** – Erişim modu :<http://sosyal.akdeniz.edu.tr/staj-formlari>.

#### **Семенова І.І. Практична підготовка туристських кадрів в Туреччині (ступінь асоціата)**

*У статті розкрито сутність практичної підготовки туристських кадрів в Туреччині, що навчаються за освітньою програмою ступеня асоціата. Організація і умови практичної підготовки, зокрема жорсткі тимчасові рамки і вимоги до якості виконання робочих операцій, сприяють реалізації мети та основних завдань практики: формування та вдосконалення професійних умінь і навичок, розвиток особистісних*

*якостей майбутнього менеджера туризму і гостинності.*

**Ключові слова:** *практична підготовка, практикант, туристські кадри, ступінь асоціата.*

### **I. Semenova Practical training of tourism personnel in Turkey (Associate degree)**

The article presents the essence of practical training of tourist personnel in Turkey on associate degree program. The organization and conditions of practical training, in particular the strict timeframe and the requirements for the quality of the performance of work operations, contribute to the realization of the goal and main tasks of the practice: the formation and improvement of professional skills and development of the personal qualities of the future manager of tourism and hospitality.

**Keywords:** *practical training, trainee, tourist personnel, associate degree.*

УДК 378.011.3–051: 338.488.2:640.43

**Сердюкова Елена Яковлевна,**

*кандидат педагогических наук, доцент кафедры  
технологий производства и профессионального образования  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[helen.kro@gmail.com](mailto:helen.kro@gmail.com)*

### **СТРУКТУРА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БАКАЛАВРОВ ПРОФИЛЯ ПОДГОТОВКИ «РЕСТОРАННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»**

*В статье рассматривается структура профессиональной компетентности бакалавров как необходимого условия обеспечения эффективной подготовки будущих специалистов профиля подготовки «Ресторанная деятельность». Отмечается, что успешность профессиональной деятельности специалиста сферы ресторанного хозяйства, его конкурентоспособность в значительной мере обусловлены уровнем профессиональной компетентности, являющейся интегративной и многоаспектной, и включающей общую и специальную компетентность.*

**Ключевые слова:** *профессиональная подготовка, профессиональная компетентность, ресторанная деятельность, структура профессиональной компетентности.*

В условиях интенсивного развития общества индустрия гостеприимства становится действенным средством развития рыночной экономики, пополнения государственного бюджета, организации и

проведения содержательного досуга населения. Динамичное развитие гостинично-ресторанного хозяйства обуславливает необходимость совершенствования качества подготовки кадров, обеспечения отрасли гостеприимства специалистами, квалификация которых отвечала бы международным стандартам в сфере услуг.

Гостинично-ресторанный комплекс является важнейшим элементом социальной сферы, а также играет большую роль в повышении эффективности общественного производства, и соответственно, росте жизненного уровня населения [1, с. 4]. В современных условиях актуальным в работе учреждений ресторанного хозяйства является обеспечение их высококвалифицированным персоналом. Однако в данной сфере существуют большие проблемы с подготовкой специалистов, соответствующих современным потребностям отрасли [2, с. 13].

Проблема качества профессиональной подготовки будущих специалистов сферы гостеприимства обусловлена необходимостью преодоления противоречий, которые возникают между требованиями общества к профессиональной подготовке будущих специалистов сферы гостеприимства и их квалификацией в соответствии с образовательно-квалификационным уровнем; содержанием профессионально-ориентированных дисциплин и необходимостью формирования и непрерывного развития профессиональной компетентности.

Разрешение данных противоречий видится в определении структуры профессиональной компетентности бакалавров направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» профиль «Ресторанная деятельность» с точки зрения возможности формирования ее компонентов у в процессе профессиональной подготовки.

Цель статьи – обоснование структуры профессиональной компетентности бакалавров направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» профиль «Ресторанная деятельность», как необходимого условия обеспечения эффективной подготовки будущих специалистов.

Бурное развитие сферы гостеприимства обусловило интерес ученых к проблемам профессиональной подготовки специалистов для данной отрасли общественного хозяйства. Исследователи С.Я. Батышев, С.И. Байлик, И.И. Бондарь, С.А. Гринько, Р.С. Гуревич, В.А. Квартальнов сосредоточили свой научный поиск на исследовании роли организации учебного процесса при подготовке специалистов для отрасли гостеприимства.

Профессиональное обучение будущих специалистов сферы ресторанного хозяйства должно быть направлено на осуществление профессиональной деятельности по конкретным должностям в условиях любого типа предприятий ресторанного хозяйства с различной формой собственности. Выполняя функциональные обязанности, данный специалист должен уметь эффективно решать типичные и нетипичные ситуации, связанные с осуществлением конкретных профессиональных

действий, обеспечению конкурентоспособности продукта своего труда. Деятельность такого специалиста предусматривает наличие навыков внедрения и использования современных технологий, эффективных методов контроля технологических процессов, обеспечения соответствия качества продукции нормативным требованиям.

Сказанное обуславливает необходимость подготовки профессионала, способного к эффективной работе, оперативному реагированию на потребности современного потребителя в соответствии с рыночными требованиями. Сформировать необходимую систему профессиональных знаний и умений невозможно без рассмотрения структуры профессиональной компетентности будущего специалиста. Современный рынок труда требует четкого определения профессиональной компетентности специалистов разного уровня, раскрытия профессиональной значимости их производственных функций, отображения путей формирования соответствующей системы знаний и умений [3, с. 68].

В 90-е годы прошлого века исследователи только выделили виды компетентности, но и начали планировать стратегию образования, имея в виду формирование компетентности как конечного результата образования. На этом основании создается американская модель «компетентностного работника», предполагающая наличие у специалиста таких профессионально важных качеств, как дисциплинированность, самостоятельность, коммуникабельность, стремление к саморазвитию. Особое значение при этом приобретает способность личности к саморазвитию, что предполагает не только сознательный процесс формирования профессионального мастерства, самообразования и самосовершенствования, но и мотивированный, целенаправленный свободный выбор и стремление человека достичь желаемого уровня профессиональной компетентности [4, с. 15].

В дальнейшем исследовании феномена профессиональной компетентности, позволил ученым сделать вывод, что «профессиональная компетентность, во-первых, - это функциональная грамотность, используемая и актуализируемая на собственно профессиональном уровне; во-вторых, это такие ее компоненты, которые могут быть отнесены не столько к предметному содержанию, сколько к качествам личности, которые формируются, - ответственности, творчеству, любознательности, настойчивости, стремлению к приобретению новых знаний ...» [5, с. 123].

Таким образом, под компетентностью понимают способность специалиста к достижению четко определенной цели, эффективного осуществления профессиональной работы в определенной области деятельности. Компетентность - это личностная характеристика, свидетельствующая о реальной способности к выполнению профессиональных действий. Компетентному специалисту должны быть присущи, по крайней мере, три качественных характеристики,

а именно: эффективность труда, мобильность и гибкость, постоянное профессиональное саморазвитие и самосовершенствование.

Направление подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» профиль «Ресторанная деятельность» является одним из самых интересных и конкурентноспособных среди направлений подготовки в Луганском национальном университете имени Тараса Шевченко. Основная деятельность в сфере гостинично-ресторанного дела, как и в большинстве других отраслей сервиса – это работа с людьми. Поэтому, в отличие от многих других специальностей, основой профессиональной компетентности специалистов в этой сфере, является, прежде всего, компетентность личностная [6]. Менеджер высшего звена, и официант, и бармен, должны хорошо выглядеть, быть доброжелательными, эрудированными, иметь хорошую реакцию, чувство юмора, уметь общаться с разными людьми, находить с ними общий язык, поддерживать на высоком уровне репутацию своего предприятия. Однако деятельность данного специалиста выходит за рамки менеджерской, и охватывает не только организационно-управленческие и экономические вопросы. Анализ учебных планов профессиональной подготовки специалистов для сферы ресторанного хозяйства показывает, что значительная часть дисциплин имеет выраженную технологическую направленность (таблица 1).

Таблица 1.

Дисциплины базовой и вариативной части  
подготовки бакалавров направления подготовки  
**43.03.03 «Гостиничное дело»** профиль «Ресторанная деятельность»  
технологической направленности

№	Дисциплина	Зачетные единицы
1	Организация ресторанного хозяйства	14
2	Технология продукции ресторанного хозяйства	9,5
3	Проектирование ресторанной деятельности	6
4	Оборудование предприятий гостиничного и ресторанного хозяйств	4
5	Этнические кухни	4
6	Курсовая работа по организации ресторанного хозяйства	1

В то же время, гостинично-ресторанная отрасль традиционно решает задачи максимального удовлетворения общественных потребностей, обеспечения разнообразных потребительских и культурных запросов

населения. Специалист сферы гостеприимства должен овладеть социальными, гуманитарными, культурологическими, историческими, правовыми, эстетическими, экологическими, экономическими и другими знаниями; иностранными языкам; современными компьютерными информационными технологиями. Профессионалам данной сферы должны быть присущи доброжелательность, знание психологии, умение самостоятельной разработки и предоставления различных видов эксклюзивных услуг, что предусматривает широкий объем фундаментальных знаний.

Рассмотрение профессиональных задач и видов деятельности специалистов ресторанного хозяйства позволяет утверждать, что структура профессиональной компетентности данных специалистов является интегративной и многоаспектной, включающей общую и специальную компетентность (таблица 2).

Таблица 2.

Структура профессиональной компетентности  
будущих специалистов направления подготовки  
**43.03.03 «Гостиничное дело»**  
профиль «Ресторанная деятельность»

Компоненты профессиональной компетентности	Индикаторы развития
Общая компетентность	
личностная	доброжелательность, эрудированность, креативность, трудолюбие, честность, гибкость мышления, самостоятельность, ответственность, организаторские способности, хорошая реакция, чувство юмора, критичность мышления, мотивация к профессиональной деятельности
общекультурная	духовно-ценностные ориентиры, толерантность, моральные и этические принципы личности, способность к обучению, владение иностранными языками, готовность к межкультурной коммуникации

социально-экономическая	способность эффективно работать в условиях рыночной экономики на основе экономических знаний, экономическая культура и мышления, способность осознавать социальную значимость будущей профессии, проявлять мотивацию к профессиональной деятельности, способность анализировать и прогнозировать результаты хозяйственной деятельности, знания и умения анализировать уровень обслуживания потребителей, расходы и результаты деятельности учреждения ресторанного хозяйства
Специальная компетентность	
коммуникативная	готовность к коммуникации с коллегами, бесконфликтной работы в коллективе, быть толерантным к этническим, национальным, расовым, конфессиональным различиям, к восприятию культуры и обычаев разных народов, высокий уровень владения родными иностранными языками, грамотной устной и письменной профессиональной речью, профессиональным этикетом, способность проводить переговоры, презентации, вести деловую переписку
информационная	способность эффективного поиска, структурирования информации, владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией и осуществления регулярной самостоятельной познавательной деятельности, ведение документации на электронных носителях



<p>технико-технологическая</p>	<p>способность применять нормативно-технологическую документацию, регламентирующую производственную деятельность, знание технологии ресторанного хозяйства в соответствии с требованиями системы управления качеством, способность безопасного и эффективного использования машин и аппаратов, способность к применению современных технологий в соответствии с требованиями потребителей, готовность к применению инновационных технологий и новых форм и способов сервиса, знание требований охраны труда, и обеспечения безопасных условий деятельности предприятия ресторанного хозяйства, умение формировать конкурентоспособный ассортимент ресторанных услуг, знание принципов рационального выбора оборудования для учреждений ресторанного хозяйства в соответствии с существующими нормативами и технологическими требованиями</p>
<p>организационно-управленческая</p>	<p>способность организовывать и контролировать технологические процессы производства продукта (услуги), способность организовывать и контролировать технологические процессы и должностные инструкции производственного, обслуживающего и вспомогательного персонала, способность принимать организационно-управленческие решения, и готовность нести за них ответственность</p>
<p>сервисная</p>	<p>готовность к изучению потребностей потребителя, способность применять современные сервисные технологии в ресторанной деятельности в работе</p>

Эффективность профессиональной деятельности специалиста сферы ресторанного хозяйства, его конкурентоспособности в значительной мере обусловлены уровнем его профессиональной компетентности. Следует отметить, что главным фактором профессионального успеха специалиста на рынке труда является способность к самостоятельному принятию профессиональных решений, прогностического видения результатов профессиональной деятельности.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что необходимость формирования многоаспектной профессиональной компетентности бакалавров направления 43.03.03 «Гостиничное дело» профиль «Ресторанная деятельность» предполагает следующие изменения структуры подготовки будущих специалистов: – ориентация содержания подготовки на результаты, значимые для сферы обслуживания;

- метапредметный характер обучения;
- направленность на активность студентов, что позволит развивать в них способность самостоятельно решать проблемы в различных сферах и видах деятельности.

### **Литература**

**1. Кабушкин Н.И.** Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебное пособие / Н.И. Кабушкин, Г.А. Бондаренко. – 2-е изд. — Мн. : Новое знание, 2001. – 216 с. **2.** <http://library.univer.kharkov.ua/OpacUnicode/index.php?url=/auteurs/view/205880/source:default> Сақун Л.В. Теория и практика подготовки специалистов сферы туризма в развитых странах мира / Л.В. Сақун. – Київ : МАУП, 2004. – 398 с. **3. Формування професійної компетентності фахівця сфери послуг і туризму: навчально-методичний посібник** / В.Т.Лозовецька, Л.Б.Лук'я-нова, Л.В.Козак та ін. За заг.ред. Лозовецької В.Т. – Київ: 2010. – 404 с. **4. Банько Н.А.** Формирование профессионально-педагогической компетентности у будущих инженеров : дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Наталья Анатольевна Банько. – Волгоград, 2002. – 203 с. **5. Гершунский Б.С.** Философия образования для XXI века (в поисках практикоориентированных образовательных концепций) / Б. С. Гершунский. – М.: Изд-во „Совершенство”, 1998. – 608 с. **6. Шнейдер Л.Б.** Профессиональная идентичность / Л.Б. Шнейдер. – М.: МОРУ, 2001. – 256 с.

### ***Сердюкова О.Я.* Структура професійної компетентності бакалаврів профілю підготовки «Ресторанний діяльність».**

*У статті розглядається структура професійної компетентності бакалаврів як необхідної умови забезпечення ефективної підготовки майбутніх фахівців профілю підготовки «Ресторанний діяльність». Відзначається, що успішність професійної діяльності фахівця сфери ресторанного господарства, його конкурентоспроможність значною мірою обумовлені рівнем професійної компетентності, що є інтегративною та багатоаспектною, і включає загальну і спеціальну компетентність.*

**Ключові слова:** професійна підготовка, професійна компетентність, ресторанна діяльність, структура професійної компетентності.

***E. Serdyukova* Structure of professional competence of bachelors of the profile of training «Restaurant activity».**

*The article deals with the structure of the professional competence of bachelors as a necessary condition for ensuring the effective training of future specialists in the training profile «Restaurant activity». It is noted that the success of the professional activity of a specialist in the restaurant industry and its competitiveness is largely determined by the level of professional competence, which is integrative and multidimensional, and includes general and special competence.*

**Key words:** *professional training, professional competence, restaurant activity, structure of professional competence.*

# РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА В МИРЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

УДК 331.101

*Арнаутова Наталья Андреевна,  
магистрантка 2 курса специальности «Гостиничное дело»,  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»*

*Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры туризма, гостиничного  
и ресторанного дела*

*ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»*

*Медяник Адриана Викторовна  
[adrianamedyanik@yandex.ru](mailto:adrianamedyanik@yandex.ru)*

## МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА КАК ЭЛЕМЕНТ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Статья посвящена особенностям развития и применения маркетинга персонала в современных организациях. В статье отражены основные понятия и современные технологии обеспечения организации персонала, внешние и внутренние факторы, определяющие направления маркетинга персонала, и основные этапы маркетинга персонала в современных организациях.*

**Ключевые слова:** персонал, маркетинг персонала, внешние факторы, внутренние факторы, управление, лояльность.

Маркетингу как самостоятельному научному направлению отводится «почетное место» в ряду достижений экономической и управленческой мысли благодаря результативности маркетинговых технологий.

В современных экономических условиях потребность в маркетинге не только выросла, но и нашла свое отражение в различных сферах деятельности. Подобная тенденция не случайна, ввиду того, что является естественной реакцией на чрезмерную стихийность развивающегося рынка. Ситуация на рынке труда является сложной, в некоторых отраслях более острой, чем на рынках сбыта и капитала. В управлении персоналом маркетинговые технологии востребованы так же, как и в иных сферах деятельности.

Маркетинговый подход базируется на рыночном мышлении, что отличает его от традиционных административных концепций управления персоналом. Однако применение маркетинговых механизмов в практике управления персоналом приостанавливается тем, что сегодня отечественными предприятиями маркетинговый подход обычно применяется не комплексно, а эпизодически, ситуационно.

Маркетинговый подход относительно сферы управления человеческими ресурсами предусматривает два основных направления:

- 1) маркетинговое управление персоналом предприятия;
- 2) управление маркетингом персонала на предприятии.

Оба приведенных направления тесно взаимосвязаны друг с другом единым маркетинговым процессом, который носит название маркетинга персонала.

Маркетинг персонала как вид управленческой деятельности, в первую очередь, нацелен на определение и покрытие потребности в персонале, а также обеспечивает стабилизацию кадрового состава, повышение его приверженности предприятию и мотивацию в целом, укрепление корпоративной культуры, улучшение имиджа предприятия.

Маркетинговое управление персоналом рассматривается как часть стратегии управления человеческими ресурсами, целью которой выступает оптимальное использование кадровых ресурсов путем формирования максимально благоприятных условий, содействующих повышению эффективности труда, развитию в каждом сотруднике партнерского и лояльного отношения к предприятию. Успех маркетинга персонала измеряется не количеством работников, желающих поступить на предприятие, а обеспечением стремления наиболее подходящих, лучших сотрудников поступать на предприятие или же оставаться работать на нем. Персонал, в том числе и потенциальный, рассматривается в качестве внешних и внутренних клиентов организации. Фактически это продажа продукта – рабочего места сотрудникам предприятия.

Второе направление управления маркетингом персонала на предприятии предполагает толкование маркетинга как инструмента управленческой деятельности, нацеленного на определение и покрытие потребности предприятия в персонале на основе имеющейся информации о состоянии персонала предприятия и рынка труда.

Маркетинг персонала в его комплексном определении выступает функциональной подсистемой общей системы управления персоналом на предприятии.

Таким образом, маркетинговый подход относительно управления персоналом связан с превращением покупательской способности потребителей – потенциальных или реальных сотрудников предприятия – в эффективный спрос на специфический продукт рабочее место.

Различие двух направлений маркетинга персонала заключается в управленческом масштабе:

- маркетинговое управление реализуется на уровне всего предприятия и является элементом кадровой политики;
- управление маркетингом персонала предполагает выделение определенной специфической функции службы управления персоналом, причем данная деятельность относительно обособлена от других направлений работы кадровой службы.

Опыт деятельности передовых предприятий показывает, что результативность применения маркетингового подхода во многом определяется комплексностью маркетингового процесса.

Маркетинг персонала представляет собой такой вид управленческой деятельности, который нацелен на долгосрочное обеспечение предприятия человеческими ресурсами. Данные ресурсы формируют стратегический потенциал, с помощью которого возможно решение конкретных целевых задач. Маркетинг персонала определяет содержательное расширение функции производственного маркетинга в область управления человеческими ресурсами.

Маркетинг персонала определяет рабочее место как продукт, который продается на рынке труда [1, с. 34]. С этой точки зрения понятийные элементы маркетинга персонала могут быть представлены следующим образом:

- является направлением стратегического и оперативного планирования персонала;
- создает информационную базу для работы с персоналом с помощью методов исследования внешнего и внутреннего рынка труда;
- направлен на достижение привлекательности работодателя через коммуникации с целевыми сегментами рынка.

В существующих организационных подходах к определению состава и содержанию задач маркетинга персонала следует выделить два основных принципа:

I. предполагает рассмотрение задач маркетинга персонала в широком смысле. Под маркетингом персонала в данном случае понимается определенная философия и стратегия управления человеческими ресурсами. Персонал, как реальный, так и потенциальный, рассматривается в качестве внешних и внутренних клиентов предприятия [2, с. 45];

II. предполагает толкование маркетинга персонала в более узком смысле – как особую функцию службы управления персоналом. Данная функция нацелена на выявление и покрытие потребности предприятия в кадровых ресурсах.

Таким образом, маркетинговой концепцией управления персоналом выступает утверждение, согласно которому одним из важнейших

условий достижения целей предприятия выступает четкое определение требований к персоналу, его социальных потребностей в процессе профессиональной деятельности и обеспечение удовлетворения данных требований и потребностей более эффективными, чем у конкурентов, путями.

Маркетинг персонала призван выполнять функции, работая в двух основных направлениях:

1) рекрутинговая деятельность – складывается из трех основных составляющих: поиск, оценка и подбор персонала на определенные вакансии, имеющиеся у работодателей;

2) работа по формированию лояльности работника к предприятию. Управление лояльностью персонала – это процесс, позволяющий предприятию оптимизировать имеющийся человеческий ресурс, повысить эффективность деятельности предприятия за счет повышения качества выполняемых работ и включенности персонала в работу предприятия.

С позиции предприятия лояльность может рассматриваться через следующие составляющие: отношение к предприятию и поведение сотрудника; кадровая безопасность; экономическая эффективность персонала.

Лояльность персонала может рассматриваться как многогранное понятие, ключевыми элементами которого являются: степень готовности продолжить работу на конкретном предприятии; эмоциональная к нему привязанность; приверженность к его целям и ценностям; применение дополнительных усилий в интересах предприятия с целью повышения эффективности и производительности своего труда; добровольное соблюдение установленных норм; удовлетворённость сотрудника своей работой, условиями труда и вознаграждением; удовлетворённость коллективом; гордость за принадлежность к предприятию.

Исходную информацию для определения направлений маркетинговой деятельности, формирования плана маркетинга персонала и мероприятий по его реализации дает анализ внешних и внутренних факторов.

Внешние факторы – это условия, которые предприятие как субъект управления, как правило, не может изменить, но должно учитывать для правильного определения качественной и количественной потребности в персонале и оптимальных источников покрытия данной потребности. Учет данных факторов дает возможность избежать крупных ошибок при отработке направлений маркетинговой деятельности.

Под внутренними факторами понимаются такие, которые в значительной степени поддаются управленческому воздействию со стороны предприятия.

Полный и точный учет всех вышеприведенных факторов определяет уровень и особенности реализации маркетинговой деятельности в области

персонала. Анализ внешней и внутренней среды организации необходим для уточнения конкретных направлений исследования рынка труда.

В практической деятельности по управлению персоналом принято выделять следующие основные направления маркетинга персонала: разработка требований к персоналу; определение потребности в персонале; расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала; выбор путей покрытия потребности в персонале

Информационная функция маркетинга персонала состоит в формировании информационного фундамента, который предоставляет собой основу планирования в области сегментирования рынка и коммуникаций по сегментам рынка. Она может быть дифференцирована на следующие более частные функции: изучение требований, предъявляемых к должностям и рабочим местам; исследования внешней и внутренней среды предприятия; исследование рынка труда; изучение имиджа предприятия как работодателя.

Одним из проявлений коммуникационной функции маркетинга персонала выступает осуществление внутриорганизационных связей. Главной задачей данных связей становится выведение на первый план неформальных элементов отношений на предприятии, которые формируются в рамках формальной структуры. Тем самым у сотрудников предприятия складывается позитивный имидж их работодателя. Этот имидж может воздействовать на закрепление человеческих ресурсов внутри предприятия, а также может работать на улучшение имиджа работодателя вне предприятия, так как собственные сотрудники рассматриваются как носитель имиджа.

Условием эффективного выполнения коммуникационной функции выступает сегментирование рынка труда. Сегментирование представляет собой процесс разделение спроса на персонал и его предложения на отдельные элементы, отличающиеся сходной реакцией на определенный мотив занятости. Данные элементы представляют собой целевые группы, на которые ориентируется работодатель в своих взаимоотношениях с рынком труда. Образующие целевые группы должны быть по возможности однородны по своему внутреннему содержанию, но разнородны по внешнему составу.

Сегодня активно возрастает роль стратегической направленности управления персоналом, имиджа персонала предприятий, работающих, естественно, не только на рынке труда, но и на рынке товаров и услуг. Предприятия, функционирующие на различных рынках, предъявляют повышенные требования к анализу качественного уровня персонала, сравнению конкурентных преимуществ на основе различного рода коммуникационных взаимодействий. Это является следствием того, что профессионализация практически всех производственных функций охватывает и подчиняет себе, в том числе и задачу приобретения персонала.



Маркетинг персонала предусматривает акцент на долгосрочную ориентацию регулирование привлекательности предприятия в глазах потенциальных сотрудников.

#### Литература

1. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы: Учебно-методическое пособие. – М. : ЮНИТИ, 2012. – 126 с. 2. Бойдаченко П.Г. Служба управления персоналом. – М. : Экономика, 2011. – 259 с.

#### **Арнаутова Н.А. Маркетинг персоналу як елемент кадрової політики підприємства**

*Стаття присвячена особливостям розвитку та застосування маркетингу персоналу в сучасних організаціях. У статті висвітлено основні поняття і сучасні технології забезпечення організації персоналу, зовнішні і внутрішні чинники, що визначають напрямки маркетингу персоналу, і основні етапи маркетингу персоналу в сучасних організаціях.*

**Ключові слова:** персонал, маркетинг персоналу, зовнішні чинники, внутрішні фактори, управління, лояльність.

#### **N. Arnautova Marketing personnel as an element of personnel policy of the enterprise**

*The article is devoted to the peculiarities of the development and application of personnel marketing in modern organizations. The article covers the main concepts and modern technologies of providing personnel organization, external and internal factors determining the direction of personnel marketing, and the main stages of marketing of personnel in modern organizations.*

**Key words:** personnel, personnel marketing, external factors, internal factors, management, loyalty.

**Галкина Ирина Михайловна,**  
старший преподаватель кафедры  
туризма, гостиничного и ресторанного дела  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[galira23@mail.ru](mailto:galira23@mail.ru)

## ПРИНЦИПЫ ЗДОРОВОГО ПИТАНИЯ В СТИЛЕ SPA

*В статье проанализированы понятие SPA-питания, его основные принципы, особенности организации сбалансированного питания в SPA-центрах и SPA-курортах, а также использование специальных рационов в SPA-программах в сочетании с лечебно-оздоровительными процедурами. Автором представлены особенности использования в питании основных микронутриентов, порядок формирования пищевой ценности блюд для достижения максимального эффекта от процедур в предприятиях SPA-индустрии.*

**Ключевые слова:** SPA-питание, SPA-индустрия, сбалансированное питание, микронутриенты.

Сторонники здорового образа жизни давно оценили безграничные возможности SPA-индустрии, которая приобретает с каждым годом все большую популярность.

Сегодня большинство людей занимается осознанием того, что красота волос, кожи и всего тела в целом неразрывно связана с образом жизни, который мы ведем. Но, к сожалению, придерживаться основных принципов здорового образа жизни для современного городского жителя нелегко. Нервная система, расшатана стрессами, желудочно-кишечный тракт, который постоянно разрушается вредной, но удобной в приготовлении пищей, таблетками, которыми мы обычно заглушаем первые звонки неблагополучия в организме - все это непосредственно сказывается на нашей внешности. Поэтому программы SPA, предназначенные для поддержания здорового образа жизни, в наши дни становятся все более популярными.

Понятие SPA в современной лексике означает место, где при использовании специальных косметических процедур на основе минеральной пресной или морской воды, водорослей, грязей, песка, масел, меда, шоколада и др. тело и душа человека приходят в порядок. SPA- индустрия призвана дарить здоровье и красоту, омоложение и внутреннюю гармонию.

Одной из важнейших составляющих каждой SPA-программы является SPA-питание. Это система здорового и сбалансированного питания в SPA и Wellness-центрах, влияет на все органы чувств и является неотъемлемой частью SPA-процедур.

Поэтому целью исследования был анализ основных принципов современного SPA-питания, использование специальных рационов в SPA-программах в сочетании с лечебно-оздоровительными процедурами; методом информационного поиска проанализировать характерные особенности SPA-рационов.

«Здоровье через воду» - так можно расшифровать аббревиатуру SPA (от лат. *Sanus Per Aquam*), так как именно вода и ее влияние играют существенную роль в SPA-терапии. Таким образом, одним из главных принципов SPA-рациона является присутствие большого количества жидкости. Формула, которая поможет настроить правильный гидрообмен, очень проста: количество жидкости должно быть немного больше, чем выводится из организма. Поэтому в дополнение к обычному рациону нужно просто пить воду. Например, 4-5 стаканов воды (ежедневно) помогают избавиться от лишнего веса. Вода поддерживает электролитный баланс в организме. Люди, употребляющие много воды, реже страдают от головных болей и меньше устают. Потребление достаточного количества воды гораздо эффективнее борется с процессами старения кожи, чем ультрасовременные омолаживающие кремы и маски.

SPA-питание обязательно сочетается с различными оздоровительными процедурами – массажами, программами ауторелаксации, соляриями, бассейном, фитнесом. Все это подбирается в индивидуальном порядке, благодаря чему комплекс процедур имеет желаемый оздоровительный эффект. Ведь SPA-кухня улучшает зрение, состояние ногтей и кожи, снижает ломкость волос, способствует получению красивого загара не хуже, чем косметика. В солярии нередко рекомендуют для достижения лучшего эффекта употреблять в пищу красный виноград, куркуму, морковь и сельдерей, которые снижают риск получения солнечных ожогов и пересушивания кожи, является основной причиной ее преждевременного старения [1].

Очень важно, чтобы блюда были не просто полезными, но и сытными, питательными, вкусными, приятными для того, кому они предназначены, и, к тому же, красиво оформлены. Это позволяет получать от пищи максимальное удовольствие и пользу.

«Правильная» еда должна активно влиять на органы чувств, в том числе на зрение, обоняние и вкус. При этом важно помнить правило, что 80% ощущений вкуса - это запах.

Основными принципами SPA-питания можно выделить:

1. Индивидуальность и эстетичность. Блюдо должно отличаться индивидуальностью, эстетически выглядеть и быть очень вкусной.

2. Учесть пищевой ценности блюд. Пища должна быть диетической, то есть содержать разумное количество калорий и баланс необходимых микронутриентов.

3. Сезонность. Продукты всегда должны быть свежими и соответствовать текущему сезону. Употребляя сезонную пищу, можно быстрее достичь медицинского эффекта и снизить постоянную тягу к еде. Например, в зимний период имеют место орехи, семена и зерна, содержащие масла и протеины. Весной уместны листовая зелень, цитрусовые и корнеплоды, а летний сезон богат овощами и фруктами.

4. Натуральность. Для приготовления блюд используются только натуральные ингредиенты - без синтетических пищевых добавок, усилителей вкуса, красителей, консервантов и загустителей, концентратов, маргарина и т.п., продукты, выращенные в экологически чистых регионах, ли не генетически модифицированные; продукты, сбор и хранение которых позволяет сохранить всю их питательную ценность.

5. Подбор способов тепловой обработки. Способы приготовления пищи не должны препятствовать ее оздоровительному эффекту. Предпочтение отдают сырым продуктам, а также продуктам тушеным и приготовленным над паром.

6. Разнообразие. Каждый прием пищи обязательно должен включать овощи и фрукты в различных сочетаниях. Классические SPA-блюда, как правило, содержат сырые продукты в естественном виде. Но не всем можно есть сырое, и не всем жареное. Поэтому у гостей зоны SPA всегда выясняют их преимущества и противопоказания. Пищевой рацион должен обязательно содержать белковую пищу, как животного, так и растительного происхождения. Безусловный фаворит - рыба и различные морепродукты (мидии, устрицы, улитки). В них содержится огромное количество необходимых организму микроэлементов и минимум калорий. В SPA-меню так же следует включать мясо, соевые и бобовые продукты, яйца, молочные продукты низкой жирности.

Достаточное количество жиров в пищевом рационе ежедневно около 25-40 грамм. Их источником является оливковое масло, оливки, орехи, авокадо и жирная рыба, такая как лосось или тунец. Орехи и семечки - незаменимый источник витамина Е, фолиевой кислоты, селена и цинка. Дополнительно следует ежедневно употреблять от 25 до 40 граммов клетчатки в виде отрубей и цельного зерна.

В обязательном порядке необходимо в дневной рацион включать продукты, богатые углеводами. Самое более соответствующими источниками углеводов следует розг-лядаты картофель, кукурузу, зерно, коричневый и дикий рис, хлеб и макаронные изделия из пшеницы твердых сортов. Однако эти продукты должны употребляться в меру.

Для эффективной борьбы с лишним весом, поддержания здоровья и баланса энергий очень полезны продукты с низким гликемическим

индексом. К таким продуктам относят крупы. Тарелка овсяной каши – не просто популярный завтрак – это продукт, который постепенно превращаясь в глюкозу, в течение долгого времени будет поддерживать нормальный уровень сахара в крови и энергетический баланс.

Для питьевого меню обязательные фруктовые и овощные соки, терапевтические чаи, фиточаи, коктейли и миксы. Вместо сахара рекомендуется использовать мед и концентрированный фруктовый сок. SPA-коктейли и соки могут подаваться непосредственно к месту проведения процедур, или, по желанию, клиент может принимать пищу и SPA-коктейли в уютном SPA-кафе, оформленном в стиле восточного Nature-меню.

Во всех SPA «золотым стандартом» является наличие фито-бара, а также применение фиточаев по завершении каждой комплексной SPA-процедуры. Например, в программах релаксации тонизирующие напитки – чай зеленый и черный, напиток мате, чай из шиповника и гранатовый сок подают после процедуры, а чай каркаде, чай из Melissa и мяты с медом - до процедуры, так как они способствуют расслаблению нервной системы.

Фитотерапия позволяет не только достичь дополнительного оздоровительного эффекта, но и создает комфортную психологическую атмосферу, подчеркивает ее этнический колорит. Крымский и Карпатский регион имеет давние традиции применения фитотерапии, которые с успехом применяются в SPA [2].

Клиенты во время пребывания на SPA-курорте могут получать как классическую или оздоровительную диетическую программу, назначенную врачом, так и специально разработанную программу SPA-питания для этого курорта. Такая программа может основываться на следующем: общая концепция SPA (система Кнейппа, аюрведическая система питания, питание по Монтиньяка и др.), Этнические особенности курорта, меню на основе блюд национальной кухни, индивидуальные пожелания клиентов [2].

Современная наука о питании - диетология позволяет составлять каждому клиенту индивидуальные программы питания с конкретными рекомендациями о полезны или вредны для него продукты [3]. Диапазон современного SPA-питания настолько широк, что позволяет удовлетворить потребности любой категории клиентов. Поэтому, независимо от возможностей SPA (ресторан это или просто веллнесс-бар) клиентов должен быть выбор между питанием низкокалорийным и наоборот, сладостями и сахарозаменителями, вегетарианскими блюдами или безуглеводное меню. Блюда, которые предлагаются сегодня в SPA разных уголков мира, настолько разнообразны, что иногда не вписываются ни в какие существующие диетологические рамки. Главное в них - уникальный вкус и творческая подача, сбалансированность по составу и, несомненно - очевидная польза для здоровья.

По результатам проведенного анализа можно сделать вывод, что СПА-питание нельзя рассматривать как разновидность диеты. Это совершенно особая концепция выбора продуктов, а также способов их приготовления и потребления, которая разрабатывается для конкретного человека, с учетом состояния его организма и рода занятий, времени года и времени суток, климатической ситуации и многих других факторов. К основным задачам СПА-питания следует отнести не только организацию сбалансированного питания по содержанию витаминов и питательных веществ, но и механизм снятия стресса, комфортного питания, формирование навыков здорового пищевого поведения и развития чувственного восприятия путем комплексного воздействия на все сенсорные системы.

### **Литература**

**1. Белова О.** Сила воды. Современные оздоровительные методики [Текст]. – М. : Феникс, 2004. – 320 с. **2. Дадали В.А.** СПА-питание и нутрициология [Электронный ресурс] // Журнал «SPA SPAce», 2011. – №4. – С. 10-13. **3. Киников С.Н.** Факторы питания СПА-меню [Текст] // Журнал «SPA&Salon», 2007.- №1.- С. 25-26.

#### **Галыпа І.М. Принципи здорового харчування в стилі SPA**

*У статті проаналізовано поняття SPA-харчування, його основні принципи, особливості організації збалансованого харчування в SPA-центрах і SPA-курортах, а також використання спеціальних раціонів в SPA-програмах в поєднанні з лікувально-оздоровчими процедурами. Автором представлені особливості використання в харчуванні основних мікронутрієнтів, порядок формування харчової цінності страв для досягнення максимального ефекту від процедур в підприємствах SPA-індустрії.*

**Ключові слова:** SPA-харчування, SPA-індустрія, збалансоване харчування, мікронутрієнти.

#### **I. Galyapa Principles of healthy eating in the style of SPA**

*The article analyzes the concept of SPA-nutrition, its basic principles, the features of the organization of balanced nutrition in SPA-centers and SPA-resorts, as well as the use of special diets in SPA-programs in combination with medical and recreational procedures. The author presents the peculiarities of using the basic micronutrients in the food, the order of forming the nutritional value of the dishes in order to achieve the maximum effect from the procedures in the enterprises of the SPA industry.*

**Key words:** SPA-nutrition, SPA-industry, balanced nutrition, micronutrients.

**Дейнека Иннеса Григорьевна,**  
доктор технических наук, профессор, заведующий кафедрой  
легкой и пищевой промышленности

**Бородина Екатерина Валентиновна,**  
ассистент кафедры легкой и пищевой промышленности  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Владимира Даля»  
[borodinaket@rambler.ru](mailto:borodinaket@rambler.ru)

## **РАЗРАБОТКА СПОСОБОВ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ТЕХНИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ БЫТОВЫХ ХОЛОДИЛЬНЫХ ПРИБОРОВ**

*Малые холодильные машины (МХМ), к которым относятся и бытовые холодильные приборы, в настоящее время нашли широкое применение не только в быту, но и в медицине, торговле, гостиничном и ресторанном хозяйстве, при хранении и транспортировке охлаждаемых продуктов. Однако в процессе эксплуатации МХМ испытывают воздействие различных факторов, влияющих на их текущее энергопотребление. К таким факторам относятся температура окружающего воздуха, условия эксплуатации и обслуживания, физико-химическая стабильность рабочей среды, качество и надежность уплотнений между дверью и шкафом холодильника и др.*

**Ключевые слова:** бытовые холодильные приборы, энергопотребление, температура, техническое состояние, холодопроизводительность, компрессор.

Для решения задач оценки технического состояния малой холодильной машины необходимо разделить причины ухудшения показателей работы холодильника в период эксплуатации на причины не связанные с дефектами в подсистемах МХМ и на причины, связанные с дефектами в подсистемах.

Как известно техническое состояние машины или аппарата после определенного периода эксплуатации может быть оценено сравнением важных (основных) показателей до и после этого периода. В некоторых случаях сравнивают эталонные - расчетные или паспортные значения этих показателей с фактическими показателями после определенного периода эксплуатации.

Показателем технического состояния МХМ могут служить изменения различных характеристик рабочего процесса, таких как

производительность, энергопотребление, рабочие температуры и их динамика, коэффициент рабочего времени, скорость заморозки, ресурс работы, надежность и т.п.

При этом цель сравнения этих показателей может быть различной. Например:

- выявить изменение теплоэнергетических показателей холодильной машины после определенного периода её эксплуатации;
- сравнить показатели работы однотипных холодильных машин, эксплуатируемых в различных условиях;
- установить необходимость и/или целесообразность профилактического обслуживания или ремонта холодильной машины;
- выполнять систематический контроль и мониторинг показателей технического состояния малой холодильной машины за некоторый период эксплуатации для оценки выполненной модернизации, примененной новой технологии, новой конструкции;
- выявить существенные изменения эксплуатационных показателей, важных для пользователя, таких как удельное энергопотребление, или температурные режимы в камерах.

Задача по оценке текущего технического состояния МХМ в период эксплуатации, имеет ряд особенностей и затруднений в реализации, которые необходимо учитывать при разработке средств и методов этой оценки.

Таким образом, для оценки технического состояния МХМ в период эксплуатации, необходимо решить следующие задачи:

1) Обеспечить одинаковое влияние внешних факторов на показатели работы холодильной машины при измерениях до и после регламентированного периода эксплуатации.

2) Определить критерии значимости изменения показателей работы после периода эксплуатации от показателей до эксплуатации.

Первая задача, лучшим образом реализуется в типовых, стабильных (стендовых) условиях испытаний, когда имеется возможность установления идентичных условий измерений до и после эксплуатации холодильной машины.

Однако такой способ требует изъятия из эксплуатации самой холодильной машины и размещение ее в специальном стенде, имеющий теплоизолированную камеру, что затрудняет практическую реализацию такого метода.

Изучается возможность давать оценку изменению технического состояния МХМ оперативно, в период и в условиях её эксплуатации.

Метод определения холодопроизводительности в теплоизолированной камере осуществляется путем ручного регулирования мощности нагревателя колориметра, размещенного



в одной теплоизолированной емкости с испарителем исследуемого работающего агрегата. При этом добиваются теплового равновесия (теплового баланса) вырабатываемого холода и компенсирующего тепла. Полученное значение мощности нагревательного элемента при тепловом установленном равновесии характеризует холодопроизводительность агрегата. Полученная испытаниями фактическая холодопроизводительность сравнивается с ожидаемой, полученной расчетным путем или с холодопроизводительностью эталонного (образцового) однотипного БХП. По сходимости или отличию этих показателей оценивается технического состояния исследуемого БХП.

Этот способ применим так же для оценки состояния (или испытания) какой-либо подсистемы БХП, например фильтра-осушителя или испарителя.

Оценка подсистемы выполняется путем сравнения фактической и эталонной холодопроизводительностей холодильного агрегата.

Особенностью рассмотренного способа оценки технического состояния бытового холодильного прибора на калориметрических стендах и в теплоизолированной камере является громоздкость стенда, длительность испытаний, ручное управление процессом измерений путем вращения вентиля, снятие показателей по шкальным манометрам, а так же то, что измерения имеют относительно высокую погрешность.

Сущность разработанного метода заключается в том, что техническое состояние БХП оценивается по скорости понижения температуры в отделениях холодильного прибора, за установленный промежуток времени или по промежутку времени работы компрессора от включения до достижения в отделении (отделениях) установленного значения температуры.

Способ включает операции размещения в исследуемых отделениях холодильника датчиков температур, в холодильном шкафу, а так же размещение в не корпуса холодильника датчика температуры окружающего воздуха, подключение устройства учета времени работы компрессора и использования интерфейса для сбора и обработки информации, процесс измерений, процесс вычислений и индикацию технического состояния БХП.

Сущность метода поясняется графиками процесса охлаждения, приведенных на рисунках 1 и 2.

На рисунках 1-3 приведены графики изменения температур эталонного и исследуемого БХП, при обеспечении заданной температуры в охлаждаемом отделении.

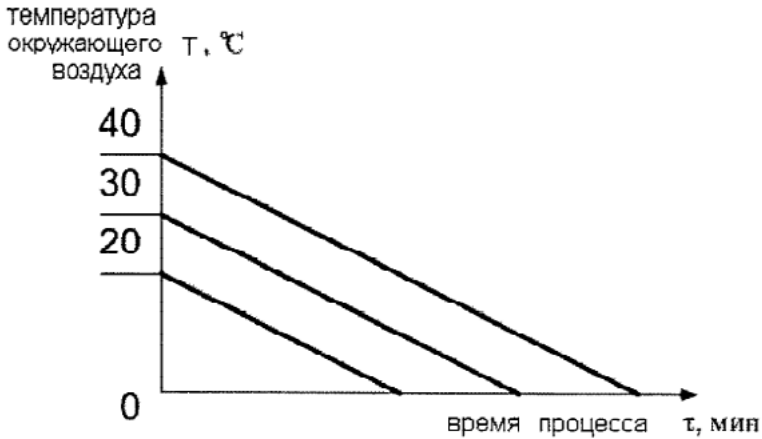


Рисунок 1. Зависимость температуры от времени работы компрессора

Скорость охлаждения (рисунок 2) определяется по выражению:

$$V_{i\ddot{e}} = \frac{\Delta\dot{O}}{\tau},$$

где  $\Delta T$  – диапазон температур от начального значения (равного температуре окружающего воздуха) до конечного, измеренного через установленное время работы компрессора  $\tau$ .

Для эталонного холодильника скорость охлаждения равна  $V^y = \frac{\Delta\dot{O}_y}{\tau}$ , для испытываемого холодильника скорость охлаждения равна  $V_{\dot{e}} = \frac{\Delta\dot{O}_{\dot{e}}}{\tau}$  отклонение скорости охлаждения в испытываемом

БХП от скорости охлаждения в эталонном БХП равно:

$$\Delta V_{i\ddot{e}} = \frac{\Delta\dot{O}_y - \Delta T_{\dot{e}}}{\tau_y}.$$

По величине этого отклонения определяется техническое состояние исследуемого холодильного прибора.

Косвенно скорость охлаждения можно определять (рисунок 3)

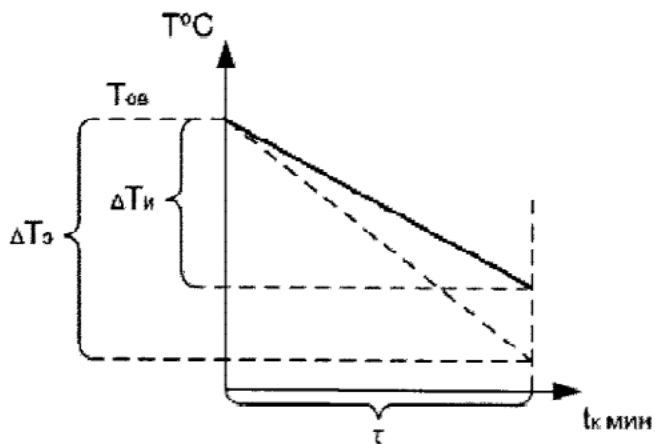


Рисунок 2. График изменения скорости охлаждения

при одинаковом диапазоне изменения температур ( $\Delta T_{\text{з}} = \Delta T_{\text{и}}$ ) временем работы компрессора, затрачиваемого для охлаждения холодильного отделения до заданного ( $T_{\text{охл}}$ ) значения температуры, т.е. измерять  $\tau_{\text{з}}$  и  $\tau_{\text{и}}$ , а техническое состояние БХП при этом определяется величиной:  $\Delta \tau = \tau_{\text{и}} - \tau_{\text{з}}$ .

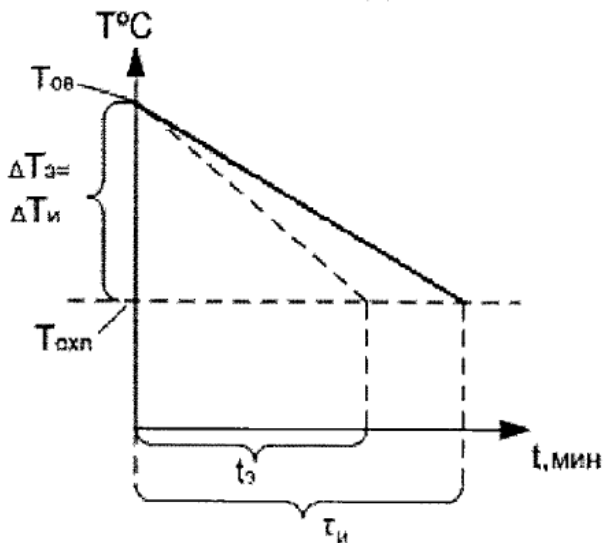


Рисунок 3. График изменения времени работы компрессора

Так же скорость охлаждения можно косвенно определить (рисунок 2) путем задания одинакового периода времени работы компрессора и для эталонного и для испытываемого холодильника, т.е. при  $\tau_3 = \tau_n = \tau$ , тогда техническое состояние БХП определяется:  $\Delta T = \Delta T_3 - \Delta T_n$ . [3].

На рисунке 1 приведены графики зависимости температур в охлаждаемом отделении БХП от времени работы компрессора при различных температурах окружающего воздуха. На рисунке 2 приведены графики зависимости температур в охлаждаемом отделении для эталонного и исследуемого БХП от времени работы компрессора за определенный промежуток времени.

Разработанный метод позволяет упростить процесс измерения и исключить присутствие оператора при снятии характеристик бытового холодильного прибора.

В аналогах оператор, управляет приборами регулирования и визуально контролируя параметры процесса по показанию манометров, при этом допускаются ошибки и погрешности.

В предложенном способе исключено влияние человеческого фактора на результат диагностирования. Кроме того, в предложенном способе упрощен процесс определения технического состояния БХП, т.к. отсутствует необходимость управления вентилями, и следить за показателями приборов.

По степени расхождения измеренных и эталонных показателей может быть определена степень дефектности БХП.

Предложенный способ может быть применен при исследовании холодильных машин, например исследование различных хладагентов, а так же для оперативной диагностики БХП на месте их эксплуатации с использованием переносных персональных компьютеров [1].

Разработанный метод может найти применение при оценке технического состояния бытового холодильника перед ремонтом или после ремонта, при диагностировании, оценке его соответствия техническим требованиям или стандартам. А также может найти применение при модернизации, при введении новых элементов или новых процессов в работу холодильника, сравнительных испытаниях однотипных бытовых холодильных приборов компрессионного типа [2].

## Литература

**1. Кожемяченко А.В. Методы и средства определения и обеспечения заданного технического состояния бытовых холодильных приборов:** учебное пособие /А.В. Кожемяченко, И.Г. Дейнека, С.П. Петросов, М.А. Лемешко.– Шахты: Изд-во ИСОиП, 2017.– 318 с. **2. Пат.** RU №2521424 С1, МПК F25B 49/02 от 12.03.2013, Оpubл. 27.06.2014 Бюл. №18. Способ охлаждения конденсатора компрессионного холодильника. /

Кожемяченко А.В., Дейнека И.Г. **3. Патент** RU 2525058 C2, МПК F25B 45/00 от 21.02.2013, Опубл. 10.08.2014 Бюл. №22. Способ определения технического состояния компрессионного бытового холодильного прибора . / Кожемяченко А.В., Лемешко М.А., Петросов С.П., Рукаевич В.В., Фомин Ю.Г.

***Дейнека И.Г., Бородина Е.В. Розробка способів визначення технічного стану побутових холодильних приладів***

*Малі холодильні машини (МХМ), до яких відносяться і побутові холодильні прилади, в даний час знайшли широке застосування не тільки в побуті, але і в медицині, торгівлі, готельному та ресторанному господарстві, при зберіганні і транспортуванні охолоджуваних продуктів. Проте в процесі експлуатації МХМ відчують вплив різних чинників, що впливають на їх поточне енергоспоживання. До таких факторів належать: температура навколишнього повітря, умови експлуатації і обслуговування, фізико-хімічна стабільність робочого середовища, якість і надійність ущільнень між дверима і шафою холодильника та ін.*

**Ключові слова:** *битові холодильні прилади, енергоспоживання, температура, технічний стан, холодопродуктивність, компресор.*

***I. Deyneka, E. Borodina Development of methods of determination of technical state of domestic refrigerating appliances***

*Small refrigerating machines (mhms), which include household refrigerants, are now widely used not only in everyday life, but also in medicine, trade, hotel and restaurant facilities, storage and transportation of refrigerated products. However, during the operation of mhms are affected by various factors affecting their current energy consumption. These factors include ambient temperature, operating and maintenance conditions, physical and chemical stability of the working environment, the quality and reliability of seals between the door and the refrigerator Cabinet, etc.*

**Key words:** *small refrigerating machines, refrigerating appliances, power consumption, temperature, technical condition, refrigerating capacity.*

*Деменков Илья Александрович,  
ассистент кафедры туризма,  
гостиничного и ресторанного дела  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[demenkov\\_ilia@mail.ru](mailto:demenkov_ilia@mail.ru)*

## **ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

*В данной статье рассматриваются современные инновационные технологии, которые применяются многими компаниями и фирмами индустрии гостеприимства. Влияние этих инноваций на эффективность, качество работы и конкурентоспособность предприятия, а также проблемы, трудности и условия, с которыми сталкиваются предприятия при их внедрении.*

**Ключевые слова:** *индустрия гостеприимства, инновация, информационные технологии, автоматизация, инновационная деятельность, предприятие.*

В последние годы, благодаря научно-техническим достижениям человечества, в индустрии гостеприимства стали активно внедряться и использоваться современные инновации. Модернизация предприятий индустрии гостеприимства происходит в следствие появления новых норм и требований, технических условий и показателей качества. Исходя из этого, предприятия и фирмы данной индустрии все чаще стремятся использовать инновационные технологии, которые не только заинтересуют потенциальных клиентов, но и выделяют данную фирму среди других конкурентов. И несмотря на то, что внедрение новшеств является процессом затяжным, материально затратным и наукоемким, они стремительно укореняются в области гостеприимства, являясь неотъемлемой частью развития всей области.

Инновацию в индустрии гостеприимства можно трактовать как некий процесс, метод или продукт, созданный благодаря внедрению новых научных знаний, идей, исследований и разработок для удовлетворения растущих материальных потребностей людей с целью получения большей прибыли предприятиями индустрии и поддержанию конкурентоспособности в современных рыночных условиях.

В современной практике наиболее актуальным и самым главным средством успешного развития любого предприятия сферы гостеприимства считается использование автоматизированных систем управления (АСУ) [1]. АСУ включают в себя управление персоналом,

финансами, логистикой, производством, закупкой и сбытом производимых товаров и услуг. Для того, чтобы обеспечить функционирование этих систем предприятию необходимо иметь мощнейшую техническую базу, которая содержит в себе современные средства вычислительной техники, конфигурируемое сетевое оборудование и каналы связи.

Автоматизированные фирмы и предприятия имеют собственный интерфейс с программами, автоматизирующие непосредственно связанные подразделения или программы: бухгалтерские программы, автоматизированные системы управления предприятиями размещения и общественного питания, системы контроля доступа, системы бронирования. Все эти системы взаимосвязаны, то есть каждое подразделение предприятия работает слажено, обмениваясь информацией между собой. Важнейшей составляющей систем автоматизации являются базы данных (БД), в которых хранится вся информация о работе с клиентами и партнерами, подробная информация о целевом рынке. Автоматизация процессов функционирования предприятий индустрии гостеприимства является успехом их эффективной работы и ведущим фактором ее конкурентоспособности.

На базе АСУ, а также благодаря развитию телекоммуникационных технологий, были созданы компьютерные системы бронирования (КСБ), которые в современное время получили широкое использование. Сегодня посредством глобальных систем резервирования (*GlobalDistributionSystem – GDS*) и сети Интернет возможно в режиме реального времени осуществить бронирование не только билетов на транспорт, номеров средств размещения и столиков в предприятиях общественного питания, но и арендовать автомобиль, заказать билеты на развлекательные и спортивные программы, концерты и другие мероприятия, а еще получить детальную информацию о тарифах, ценах, наличии мест и билетов. Также существуют расширенные услуги бронирования онлайн, когда сам клиент может составить себе туристский пакет, провести необходимое резервирование и отправиться в путешествие по разработанному им самим маршруту. Для бронирования достаточно отправить запрос, указать необходимые данные, номер телефона и номер банковской карточки для гарантии. После обработки данных системой должно прийти подтверждение заявки на электронную почту, указанную в запросе. Оплата может осуществляться различными способами: *WebMoney*, Яндекс.Деньги, *РБК Money*, *MoneyMail*, *LiqPay*, безналичным расчетом или оплатой на месте. Бронирование онлайн обеспечивает наиболее быстрый, дешевый, организованный и независимый информационный канал с потенциальными клиентами, поэтому оно широко используется в настоящие дни.

Мультимедийные технологии также являются важными проявлениями применения современных информационных технологий

в индустрии гостеприимства [3]. Особенно популярными в последнее время являются справочники, каталоги, буклеты, а также виртуальные 3D туры. Они выпускаются в книжном исполнении, на видеокассетах, на лазерных дисках CD – ROM или в сети Интернет. В отличие от обычных видео и фотографий эти средства визуализации обладают интерактивностью, позволяют создать иллюзию присутствия с помощью высококачественных фотопанорам. С помощью их клиент может совершить виртуальное путешествие по интересующим его местам, включая гостиницы, рестораны, туристические маршруты, пансионы, получить подробную информацию об этих объектах, детально их рассмотреть. Благодаря своей эффективности интерактивные экскурсии пользуются большой популярностью в индустрии гостеприимства, так как являются мощнейшим средством по привлечению новых клиентов.

Реклама услуг и товаров в сфере гостеприимства также оказалась под влиянием современных информационных технологий. Для того, чтобы на товары и услуги, производимые предприятиями и фирмами данной индустрии, был высокий потребительский спрос их необходимо разрекламировать. В первую очередь это касается формирования маркетинговых каналов продвижения и сбыта услуг и товаров предприятий [2]. В области рекламы широкое распространение получила прямая рассылка информации о фирмах и организациях по электронной почте (direct - mail). Многие предприятия этой индустрии создают собственные сайты в компьютерной сети Интернет, а также используют баннерную рекламу.

Развитие глобальных компьютерных сетей, внедрение новых технологий и Интернета все больше вызывают интерес у предприятий сферы гостеприимства. В условиях высокой конкретности, для привлечения большего количества потенциальных клиентов и получения большей прибыли, фирмы стараются как можно детальнее описать весь список услуг на собственных Web-сайтах, как можно лучше презентовать свою фирму и создать благоприятный образ в глазах клиентов. В связи с популяризацией бронирования в режиме онлайн, предприятия делают свои Web-сайты более доступными, удобными, дружелюбными и понятными для пользователей интерфейса. На сайтах предприятий можно получить информацию о предприятии в целом, о наборе дополнительных услуг с их описанием, о расположении близ предприятия достопримечательностей, памятников культуры и истории, мест для отдыха, а также фотографии, видео и отзывы посетителей. Важно, чтобы сайт был интересным и привлекательным для пользователей, соответствовал реальности, иначе ожидания клиента могут не совпасть с существующими реалиями, что может привести к ухудшению имиджа предприятия [4].

Сайты предприятий индустрии гостеприимства подразделяются на: сайты для общего пользования, которые включают в себя различные



туристские разделы, специализированные туристские порталы и сайты, глобальные системы бронирования, сайты фирм туроператоров и турагентов, сайты гостиничных предприятий, личные страницы путешественников.

Сайты фирм и компаний данной индустрии обычно ведутся в виде Визитной карточки, Веб-витрины, B2B Системы или Электронного магазина.

Визитная карточка представляет собой самый простой сайт, имеющий всего несколько веб-страниц и минимум информации. Такой вид сайта не нуждается в постоянном обновлении и не требует больших материальных затрат при создании.

Одним из распространенных способов ведения сайта предприятий является Веб-витрина. Она представляет собой набор веб-страниц с подробным описанием предлагаемых услуг, а также дополнительных услуг, специальных предложений и новостей предприятия.

*B2B-система* представляет собой систему бронирования услуг в сети Интернет внутри предприятия, то есть посредник из базы услуг, которая размещена на сайте, выбирает одно из предложений, а после заносит данные о клиенте в базу данных предприятия.

Но самым лучшим способом ведения сайта предприятия является Электронный магазин. Отличительной чертой такого сайта являются подробное описание всех услуг и цен; предоставление оплаты в режиме онлайн; установление доверительных отношений между потенциальным клиентом и предприятием.

Сейчас все больше клиентов используют Интернет для поиска средств размещения, предприятий общественного питания или транспорта, что способствует расширению клиентской базы и территориального охвата аудитории. Все больше отзывов, фотографий и видео оставляют посетители на просторах глобальной компьютерной сети, благодаря которым другие клиенты могут сделать свой выбор.

В современной обстановке высокой конкретности, когда между предприятиями индустрии гостеприимства ведется активная борьба за каждого клиента, фирмы и компании с целью получения преимущества перед конкурентами прилагают усилия для предоставления и реализации уникальных товаров и услуг.

Однако внедрение современных инноваций в сферу гостеприимства сталкивается со множеством трудностей. Практическое использование новшеств в этой индустрии требует наличие удобного и дружелюбного интерфейса, обеспечения безопасности, благодаря различным методам контроля, открытый доступ к информационным ресурсам, поддержку распределенной обработки информации, модульный принцип построения систем, поддержку технологий Интернета. Но главными трудностями являются недостаточное финансирование и недостаточная квалификация

сотрудников в области современных компьютерных технологий. Несмотря на это предприятия и фирмы активно продолжают внедрять современные инновации в эту область, что указывает на дальнейшее усиление тенденций развития этого процесса.

Увеличение темпов внедрения инновационных технологий оказывает большое влияние на управление предприятиями индустрии гостеприимства. Поскольку использование глобальных компьютерных сетей, программных продуктов автоматизации и информатизации является не просто вопросом повышения эффективности работы и поддержания конкурентоспособности предприятия, но и вопросом его выживания на рынке в целом.

Научные и технические достижения кардинально изменили характер и методы ведения бизнеса. Использование информационных технологий позволяет быстрее и удобнее создавать и продавать пакеты услуг потребителям, решать задачи финансово-операционного управления, маркетингового планирования, повышать конкурентоспособность и количество продаж.

На данном этапе индустрия гостеприимства все больше и больше компьютеризируется. Это способствует постепенному изменению всего процесса работы предприятий данной индустрии, с помощью компьютеров применяются многие методы и постепенно решаются все более важные задачи.

Благодаря современным инновациям стало возможно удовлетворять потребности клиентов, не прибегая к личному общению с персоналом, то есть несмотря на сокращение контакта клиента с работниками сохраняется та благоприятная атмосфера и обстановка домашнего тепла и уюта. Главным остается то, что благодаря информационным технологиям повышается качество, предоставляемых предприятиями данной индустрии, услуг и товаров.

Без дальнейшего процесса внедрения новшеств фактически невозможно дальнейшее развитие сферы гостеприимства, поэтому для успешной и прибыльной деятельности, предприятия и фирмы продолжают искать уникальные идеи, на основе новейших научных знаний, исследований и разработок.

### **Литература**

**1. Васильева Л.Н. Муравьева Е.А.** Методы управления инновационной деятельностью: учебное пособие для вузов / Л.Н. Васильева. – М. : ИД «КноРус», 2005. – 320 с. **2. Героев Р.Р.** Инновационные методы стимулирования спроса в индустрии гостеприимства и туризма: учеб. пособие / Р.Р. Героев. – М. : Изд-во РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2015. **3. Оголева Л.Н.** Инновационный менеджмент / Л.Н. Оголева. – М. : ИД «Инфра-М», 2009. – 238 с. **4. Уокер Джон**

Введение в гостеприимство. – Управление гостеприимством. – М. : ИД «Юнити-Дана», 2006. – 880 с.

**Деменков І.О. Інновації в індустрії гостинності**

*У даній статті розглядаються сучасні інноваційні технології, які застосовуються багатьма компаніями і фірмами індустрії гостинності. Вплив цих інновацій на ефективність, якість роботи і конкурентоспроможність підприємства, а також проблеми, труднощі і умови, з якими стикаються підприємства при їх впровадженні.*

**Ключові слова:** *індустрія гостинності, інновація, інформаційні технології, автоматизація, інноваційна діяльність, підприємство.*

**I. Demenkov Innovation in hospitality industry**

*This article examines modern innovative technologies that are used by many companies and firms in the hospitality industry. The impact of these innovations on the efficiency, quality of work and competitiveness of the enterprise, as well as the problems, difficulties and conditions that enterprises face when implementing them.*

**Key words:** *hospitality industry, innovation, information technology, automation, innovation, enterprise.*

УДК 338:488.2:640.43

*Деменков Илья Александрович,  
ассистент кафедры туризма,  
гостиничного и ресторанного дела  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[demenkov\\_ilia@mail.ru](mailto:demenkov_ilia@mail.ru)*

*Максименкова Виктория Александровна,  
ассистент кафедры теоретической и  
прикладной информатики  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[vikuuusia@ukr.net](mailto:vikuuusia@ukr.net)*

**К ВОПРОСУ АВТОМАТИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА**

*В статье рассмотрены системы автоматизации деятельности в ресторанном хозяйстве. Проанализированы причины и предпосылки*

*использования систем автоматизации на предприятиях сферы гостеприимства. Рассмотрены преимущества и недостатки электронной системы автоматизации «InstantInformation, Knowledge&Operations».*

**Ключевые слова:** *ресторан, системы автоматизации, бизнес, деятельность, ресторатор, персонал.*

Предприятие питания – это сложная бизнес-система, которая вмещает в себя огромное количество сложных процессов управления маркетингом, статьями доходов и расходов, персоналом и так др. В настоящее время, организация ресторанный бизнеса отнимает очень много времени, знаний и сил. Изо дня в день, владельцам ресторанный хозяйства приходится решать множество проблем и выполнять достаточно задач, для того, чтобы их предприятия работали без убытков и на благо общества [2]. Для облегчения работы и оптимизации рабочего процесса, а также во избежание форс-мажоров в процессе работы предприятия, менеджеры прибегают к использованию систем автоматизации деятельности в ресторанный хозяйстве.

Развитие любого бизнеса – это всегда трудоемкий процесс. Поэтому от персонала, и в первую очередь от администрации, требуются знания, без которых невозможен дальнейший рост предприятия. Но начальники и владельцы – это не роботы, а живые люди, которые физически, просто не могут знать все, более того, они не могут успевать следить за достоверностью и точностью всей документации, которой обычно в ресторанный учреждениях бывает очень и очень много [1]. Автоматизация бизнес-процессов, как таковая, включает в себя комплекс мероприятий, облегчающих работу бухгалтеров, экономистов, управленцев и других работников. На данном этапе развития электроники уже тяжело представить себе времена, когда не было компьютеров и вычислительной техники, а бухгалтера выполняли рутинную работу по расчету заработных плат вручную. На это уходило огромное количество времени, и безусловно встречались ошибки. Сейчас же, внедрение автоматизации бизнес-процессов бухгалтерии, намного облегчило труд бухгалтера, освободило время и застраховало от ошибок.

Внедрение автоматизации бизнес-процессов позволяет освободить время в таких сферах ресторанный бизнеса, как кадровый учет, финансовое планирование, бухгалтерский и управленческий учет, производство, расчет заработных плат. Системы автоматизации способны выполнять различные функции. Прежде всего это контроль деятельности предприятия по основным показателям в режиме онлайн [4]. Такими показателями являются: загрузка ресторана, выручка, средний чек, количество клиентов и так далее.

Так же система способна выполнять наблюдение за сотрудниками

ресторана в формате видеосъемки, и после чего отснятые видеофрагменты будут вовремя доставлены администрации заведения. С помощью систем автоматизации руководители ресторанный заведения смогут проводить инвентаризацию в режиме онлайн, то есть снимать остатки без остановки производства и продаж. В случае введения автоматизации у хостесс появится помощник [3]. Имеется ввиду, что система будет управлять резервированием столиков и помогать хостесс правильно рассаживать гостей, учитывая все ранее высказанные пожелания и как результат – увеличить оборот стола вдвое.

К функциям систем автоматизации относятся: управление музыкальной программой; контроль и учет рабочего времени персонала; автоматическое начисление премий и штрафов; сканирование первичной документации.

Любая система автоматизации деятельности ресторанный хозяйства имеет как преимущества, так и недостатки. Рассмотрим некоторые из них:

1. Контроль и управление деятельностью ресторана в режиме реального времени: программные продукты систем автоматизации предоставляют возможность видеть реальный управленческий баланс заведения спустя 3 –5 секунд после осуществления транзакции, например после внесения официантом платы за ужин гостя.

2. Минимизация возможностей злоупотребления со стороны персонала: автоматические системы управления (АСУ) позволяют практически полностью исключить злонамеренные действия персонала заведения. Это возможно благодаря функции видеозаписи, которая круглосуточно следит за сотрудниками, а также благодаря программным решениям, которые дают возможность связать видеозапись с конкретными событиями в системе, позволяя управляющему быстро найти нужный фрагмент по названию операции, имени сотрудника, номеру чека и другим подобным признакам.

3. Повышение оборота денежных средств: с помощью системы автоматизации, руководители заведения могут устанавливать максимальный и минимальный уровень складских запасов, а затем на протяжении времени контролировать их и вовремя указывать определенному сотруднику на необходимость пополнения какой-либо группы товаров или продуктов. Это представляет возможность избежать порчи продуктов или наоборот, не допустить отсутствия необходимых товаров на складе.

4. Оперативное реагирование на возникающие срочные проблемы в ресторане: в случае возникновения форс-мажорной ситуации правильно настроенная АСУ ресторана позволит оперативно принять решение.

5. Контроль системы мотивации персонала и ее постоянное

совершенствование: линейный персонал ресторана часто имеет некий шаблон материальной мотивации, который непосредственно привязан к результатам их труда. Управлять системой мотивации сотрудников «вручную», особенно в большом ресторане, практически невозможно. Эффективное управление схемами мотивации возможно только при наличии единой автоматизированной системы, которая бы отслеживала результаты деятельности персонала заведения.

В последнее десятилетие на рынке представлено более двадцати решений, с помощью которых, рестораторы и управленцы предприятий общественного питания, могут автоматизировать свой бизнес. По мнению специалистов, одним из самых инновационных продуктов в сфере автоматизирования производства является система автоматизации ресторанов «iiko».

Данная система способна наладить все процессы производства не только одиночных ресторанов но и сети ресторанов, что безусловно является очень удобно, для владельцев больших холдингов. «iiko» распространяет свои услуги на практически все сегменты и категории предприятий общественного питания, такие как: рестораны быстрого питания (или как их еще можно назвать фаст-фуды), кафе, кофейни, бары и даже столовые на различных предприятиях и в бизнес-центрах. Также эта электронная система специализируется на автоматизировании процессов доставки готовых блюд.

Компьютерная система «iiko» сочетает в себе множество программных продуктов, которые помогают в управлении ресторанным предприятием. К таким программным продуктам относятся: «iikoResto». **Данная программа автоматизирует все процессы, которые происходят в зале ресторана с его гостями и персоналом. Все процессы, которые касаются работы на кухне, обслуживает программа «iikoKitchen».** Что касается всех финансовых вопросов, платежей и транзакций этим занимается программа «iikoPayment». Безусловно, это не все продукты «iiko», но и этого уже достаточно для того, чтобы понять, что данная система в состоянии контролировать все процессы, которые происходят в ресторане. Также компания «iiko» предлагает свои курсы обучения, услуги установки и настройки, а также бизнес-консультации, для того, чтобы владелец ресторана и его персонал могли эффективно использовать передовые инструменты технологии «iiko». После того, как система iiko будет внедрена в любое заведение ресторанного хозяйства, линейным работникам этого заведения придется, на протяжении всего рабочего дня, контактировать с компьютерами, которые будут установлены буквально везде.

«iiko», как электронная система автоматизирования, имеет некоторые различия с другими системами этого же профиля. «iiko» располагает простым и удобным финансовым модулем. Это значит что, вся управленческая отчетность доступна в режиме реального времени,

и неважно где находится директор или управляющий. В любой момент времени, он сможет зайти в программу и увидеть все отчеты, такие как отчет о прибылях и убытках, которые являются актуальными в данную минуту. «Iiko» имеет очень мощную и эффективную мотивационную базу. Исходя из данных о работе каждого из сотрудников, система сама их поощряет, с помощью премий и бонусов. Система «iiko» имеет удобный интерфейс и высокую скорость обработки данных. Благодаря инновационным, но в тоже время, простым и удобным экранам, даже начинающий официант тратит в среднем в полтора раза меньше времени на ввод и обработку заказа, а гость получает блюда вовремя.

В заключении, следует отметить, что на сегодняшний день, ресторанный бизнес достиг большой конкурентоспособности. Главным показателем высокого ранга предприятия является сочетание скорости и качества, как обслуживания, так и всех остальных процессов, которые происходят вне поля зрения гостя. Для того, чтобы добиться такого показателя необходимо учитывать большое количество одновременно происходящих процессов, которые требуют контроля. Именно поэтому рестораторы прибегают к использованию электронных систем автоматизации, с помощью которых, повышается эффективность работы, а также уровень осведомленности сотрудников. Современные АСУ, такие как «iiko», – это автоматизированные решения большого количества задач ресторанного хозяйства.

#### Литература

**1. Бунич Г.А.** Туристический продукт: теория, практика, инновационные аспекты: Монография. / Г.А. Бунич, В.А. Старцев – М. : Союз-Пресс, 2012. – 236 с. **2. Чудновский А.Д.** Информационные технологии управления в туризме: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М. : КНОРУС, 2006. – 104 с. **3. Оголева Л.Н.** Инновационный менеджмент. / Л.Н.Оголева– М. : ИД «Инфра-М», 2009. – 238 с. **4. Уокер Джон** Введение в гостеприимство. – Управление гостеприимством. – М. : ИД «Юнити-Дана», 2006. – 880 с.

#### **Деменков І.О., Максименкова В.О.** До питання автоматизації діяльності ресторанного господарства

*У статті розглянуті системи автоматизації діяльності в ресторанному господарстві. Проведено аналіз причин і передумов використання систем автоматизації на підприємствах сфери гостинності. Наведено переваги і недоліки електронної системи автоматизації «InstantInformation, Knowledge&Operations».*

**Ключові слова:** ресторан, системи автоматизації, бізнес, діяльність, ресторатор, персонал.

**I. Demenkov, V. Maksimenkova To the question of automating the activity of the restaurant industry**

*The article considers systems of automation of activity in a restaurant. The analysis of the causes and prerequisites of the use of automation systems in hospitality enterprises is carried out. Advantages and disadvantages of the electronic automation system "Instant Information, Knowledge & Operations" are given.*

**Key words:** restaurant, automation systems, business, activities, restaurateur, staff.

УДК [(338.488.2:640.43):174]:001.5

**Зинченко Виктория Олеговна,**  
кандидат педагогических наук, доцент,  
член-корреспондент МАНПО,  
директор Института торговли,  
обслуживающих технологий и туризма  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[metelskayvika@mail.ru](mailto:metelskayvika@mail.ru)

**ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА СПЕЦИАЛИСТА  
РЕСТОРАННОЙ ИНДУСТРИИ КАК НАУЧНАЯ ПРОБЛЕМА**

*В статье на основе анализа деятельности специалиста в сфере ресторанной индустрии, ее роли в обществе, требований работодателей обоснована необходимость формирования у будущих менеджеров ресторанных предприятий профессиональной культуры. В контексте формирования профессиональной культуры автором указано на необходимость развития мотивов и ценностей профессиональной деятельности, профессионально важных качеств, профессионально значимых умений и навыков.*

**Ключевые слова:** ресторанная индустрия, специалист в сфере ресторанной индустрии, профессиональная культура, мотивация, профессиональные ценности, профессионально важные качества, культура общения.

Ресторанная индустрия является одной из самых доходных отраслей экономики в мире, что и обуславливает ее постоянное развитие. При этом расширение ресторанной индустрии требует внедрения не только новых технологий и оборудования, но и специалистов творческих, способных работать в условиях рынка и конкуренции, имеющих высокий уровень



образованности, культуры общения, культуры профессионального поведения и других аспектов профессиональной культуры специалиста. Для высших учебных заведений, осуществляющих подготовку специалистов в сфере сервиса и туризма, это актуализирует проблему формирования у будущих специалистов ресторанной индустрии профессиональной культуры.

Профессиональная культура специалиста определяется как качественная характеристика его деятельности, сущность которой состоит в овладении субъектом деятельности современным содержанием и способами решения профессиональных задач, продуктивными способами ее осуществления. Профессиональная культура рассматривается как часть общей культуры общества.

Значительный вклад в определение сущности и структуры профессиональной культуры специалиста сделали С. Арутюнов, Ю. Бромлей, И. Зарецкая, И. Исаев, Е. Климов, Л. Коган, В. Козлачков, Н. Крылова, И. Модель, В. Подмарков, Т.Салматова и другие ученые. В этих работах профессиональная культура специалиста рассматривается, как проекция общей культуры, проявляющаяся в системе профессиональных качеств и специфике деятельности. Среди современных исследователей проблем формирования профессиональной культуры необходимо назвать А. Артамонова, Е. Грибкову, В. Гринева, С. Исаенко, Н. Качуровскую, Н. Молоткову, Т. Спирину, Ю. Чернову и других.

При этом проблема формирования профессиональной культуры у будущих специалистов ресторанной индустрии исследована недостаточно. В советский период подготовка специалистов для сферы обслуживания становилась объектом исследования Л. Донской, В. Зубковым, Б. Ройзманом, В. Усовым, Г. Хорошавиной и других ученых. Однако научные исследования касались проблем подготовки квалифицированных рабочих для сферы обслуживания. На современном этапе только небольшое количество работ (Ю. Безрученков, И. Вологодина, И. Довженко, Г. Короткова, Н. Лобур) посвящено рассмотрению вопросов формирования профессиональной культуры будущих специалистов сферы обслуживания, что и обуславливает необходимость определения сущности феномена профессиональной культуры специалиста ресторанной индустрии с целью последующего определения путей его формирования.

Целью данной статьи является определение сущности профессиональной культуры специалиста ресторанной индустрии.

Ресторанная индустрия является частью сферы сервиса. Сервис как культурный феномен является частью культуры быта, создающий на протяжении многих столетий особые материальные, эстетические, этические ценности для удовлетворения повседневных потребностей человека. Под ресторанным сервисом понимается такое обслуживание,

которое приносит удовлетворение не только посетителям ресторанов, но и его обслуживающему персоналу.

Деятельность в сфере ресторанной индустрии осуществляется в рамках межгосударственного стандарта ГОСТ 30523-97, который определяет перечень и характеристику услуг этой индустрии [1]. В соответствии с этим, предприятия ресторанного хозяйства занимаются производством и реализацией продукции питания, организацией ее потребления [2]. Реализуемые при этом услуги должны не просто удовлетворить, а гармонизировать интересы потребителей и самого ресторанного заведения, что выдвигает к оказываемой ресторанной услуге требования целевого назначения, точности и своевременности, безопасности и экологичности, эргономичности и комфортности, эстетичности, культуры обслуживания, социальной адресности и информативности.

Говоря о специфике профессиональной деятельности в сфере ресторанной индустрии необходимо упомянуть о ее социальной роли в обществе, что обусловлено влиянием на развитие сельского хозяйства, розничной торговли, индустрии развлечений, отдыха и туризма, сферы здравоохранения, а также решением проблем занятости населения. Значительна роль отрасли и в процессах взаимопроникновения национальных культур. Предприятия ресторанной индустрии выступают своеобразными проводниками национального искусства, национальных кухонь, национальных традиций. В связи с этим можно говорить о роли ресторанной индустрии в решении задач межнационального и межкультурного взаимодействия.

Содержание деятельности управленческого состава предприятий ресторанной индустрии имеет значительную сложность, поскольку предусматривает осуществление управления всем производственным процессом, его материально-техническим обеспечением, формированием и обслуживанием технологического оборудования, управление коллективом предприятия, выстраивания стратегии и тактики деятельности и развития предприятия, созданием его имиджа, налаживанием отношений с клиентами, конкурентами, поставщиками, властью и т.д. От профессионализма, профессиональной культуры менеджера ресторанного дела, чья личность становится объединяющим центром всего коллектива, зависит деятельность предприятия и качество предоставления услуг.

Исследовательница проблем качества ресторанных услуг В. Топольник подробно описывает, какие требования выдвигаются в отношении знаний, умений, навыков, профессионально важных качеств работников ресторанного хозяйства. В частности среди таких качеств отмечается владение профессиональными этическими нормами поведения: вежливость, тактичность, внимательность и

предупредительность в отношениях с потребителями; возможность создавать атмосферу гостеприимства, проявлять доброжелательность и терпение, быть выдержанным, уметь предотвращать конфликтных ситуаций [3, с. 80].

Поскольку профессия менеджера ресторанный предприятия относится к типу профессий «человек-человек», то к личности специалиста выдвигаются такие требования, как чувственное и внимательное отношение к людям, понимание их индивидуальных особенностей и психического состояния, сочетание требовательности и мягкости, память на лица, умение распределять и переключать внимание с одних вещей на другие и т.д. [4].

К профессионально важным качествам специалистов данного типа профессий, по мнению А. Артамонова, относятся: открытость к миру; владение эмпирическими и этическими знаниями об окружающем мире; способность к аналитическому мышлению; владение диагностическими навыками, необходимыми для успешной деятельности в контексте диалога культур; умение контролировать свои эмоции; проявлять истинную эмпатию; умение легко входить в контакт с незнакомыми людьми; владеть различными способами коммуникации; готовность и умение порождать различного рода дискурсы; выступать в качестве посредника; рефлексировать относительно собственного поведения и поведения окружающих; глубокое знание психологии людей и основ межличностного взаимодействия; умение организовывать коллектив; быть лидером; принимать на себя ответственность; креативность; устойчивость к неопределенности и тому подобное [5, с. 45 – 46].

Исследуя специфику управления в сфере ресторанной индустрии, ученые (О. Виханский, Н. Кабушкин, А. Чудновский и др.) указывали, что управленец ресторанный заведения – это опытный и высококультурный специалист, профессионал своего дела. При этом качество его профессиональной деятельности ученые связывают со сложившейся системой ценностей, осознанных мотивах профессиональной деятельности, творческим подходом к труду, владением искусством управления людьми, налаживанием отношений с клиентами и т.д.

Однако Н. Кабушкин подчеркивает, что существующие профессиональные стандарты предусматривают наличие разного рода профессиональных компетенций у менеджеров ресторанных предприятий, но без учета тех профессионально важных качеств, которые бы способствовали эффективной реализации всех знаний, умений и навыков профессионального характера. Кроме того, требования к управленческим кадрам не предполагают значительного объема знаний общекультурного характера, устойчивой системы ценностей, наличия у специалистов профессиональной позиции, что является признаками профессиональной культуры специалиста [6].

Такой подход, к сожалению, сохранился и в новых образовательных стандартах, которые общекультурные компетенции свели к способности к коммуникации для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, способности работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия [7].

Именно поэтому, как отмечают практики ресторанной индустрии, профессиональный уровень молодых специалистов достаточно низкий. Наличие хороших знаний по профессии приветствуется работодателями. Однако деловые и личностные качества, такие как, способность к обучению, целеустремленность и психологическая совместимость с коллективом, глубокое знание культуры, традиций иных сообществ, толерантность к культуре клиентов, направленность на их интересы и потребности, искренняя привязанность к гостям – являются признаками и высшей формой профессиональной пригодности. Как раз эти профессионально важные качества сформированы у молодых специалистов не в полной мере, поэтому говорить о наличии высокого уровня профессиональной культуры не возможно.

Считаем, что формирование профессиональной культуры будущих специалистов ресторанной индустрии должно основываться, прежде всего, на создании и развитии у студентов системы ценностных ориентаций, мотивации, навыков творческой самореализации в деле, профессиональной позиции, профессиональной культуры поведения.

Исходя из подходов И. Андриановой, А. Артамонова, М. Воробьевой, Н. Лобура, Н. Хуснуллиной и других исследователей считаем, что мотивы специалиста сферы ресторанного хозяйства отражают сознательный выбор личности по реализации своих способностей и интересов в ресторанной индустрии, овладению для этого избранной профессией, которая осознается в личностном и социальном плане как ценность. Все это позволяет ответственно и творчески на нравственно-этическом фундаменте осуществлять профессиональную деятельность, постоянно направляя свое профессиональное и личностное развитие.

Определенным признаком мотивационно-ценностной сферы специалиста сферы ресторанного хозяйства и его профессиональной культуры является профессионально важные качества, которые необходимы для успешного овладения профессией и эффективной профессиональной деятельности. Мы согласны с перечнем профессионально значимых для специалистов сферы ресторанного хозяйства качества, которые определены Н. Лобуром, а именно: интерес к профессии, ответственность, нравственность, личная активность, самостоятельность, готовность к риску, готовность к принятию нестандартных решений, исполнительность, трудолюбие, общительность, организаторские способности, коммуникативные

способности, доброжелательность, приветливость, эмпатия, инициативность, стремление к профессиональному росту [8].

Безусловно, что овладение профессиональной культурой предполагает широкий спектр профессиональных знаний и умений в сфере менеджмента, маркетинга, экономики и права, делового общения, этики и этикета, психологии, родного и иностранного языках, современного отечественного и зарубежного опыта ресторанной индустрии, современных технологий производства и оборудования ресторанного хозяйства, экологии, охраны труда, санитарии и гигиены и т.п. В соответствии с этим профессиональная культура специалиста в сфере ресторанной индустрии базируется на совокупности профессионально важных и общекультурных знаний, которые характеризуют профессиональную деятельность в сфере ресторанного хозяйства, а также составляют ее теоретическую основу для формирования профессиональных умений, обеспечивающих ценностное отношение к реализации личности в избранной профессиональной сфере.

Если говорить о профессиональных умениях в контексте профессиональной культуры, то В. Гринева относит к ним интеллектуальные и коммуникативные умения, а также профессиональную технику [9, с. 129]. Мы уже частично упоминали об основных умениях, позволяющих менеджеру предприятий ресторанной индустрии решать разнообразные задачи профессиональной деятельности. Поэтому отметим, что профессиональные умения позволяют специалисту сферы ресторанного хозяйства применять все приобретенные способы и приемы профессиональной деятельности для решения разнообразных задач по организации и управлению работой ресторанного заведения с целью удовлетворения потребностей и интересов потребителей, а также обеспечение эффективной и конкурентоспособной деятельности предприятия ресторанного хозяйства. В связи с этим, важны и определенные умения профессионального саморазвития, совершенствование собственной деятельности и деятельности окружающих, от чего напрямую зависит качественное предоставление ресторанных услуг.

На основании анализа подходов ученых к сущности феномена профессиональной культуры специалистов профессий типа «человек – человек», специфики профессиональной деятельности специалистов ресторанной индустрии, сфер выявления его профессиональной культуры, требований рынка труда нами сформулировано собственное видение сущности исследуемого феномена. Мы рассматриваем профессиональную культуру специалиста сферы ресторанной индустрии как интегративное личностное образование, которое отражает степень овладения специалистом теоретическими знаниями и практическими умениями, достаточными для осуществления на основе устойчивой

системы мотивов и ценностей, развитых профессионально важных качеств деятельности в сфере ресторанного хозяйства и позволяет эффективно и творчески удовлетворять потребности и гармонизировать интересы потребителей и предприятий ресторанной индустрии.

Таким образом, разнообразные задачи и особенности деятельности ресторанной индустрии делают ее важным социальным институтом, что предъявляет повышенные требования к квалификации специалистов сферы ресторанного хозяйства и свидетельствует о необходимости формирования у них профессиональной культуры. Приведенное нами видение сущности исследуемого феномена свидетельствует о необходимости поиска форм, методов и средств эффективного формирования у будущих специалиста в сфере ресторанной индустрии профессиональной культуры, что и определяем направлением наших дальнейших исследований.

### Литература

1. ГОСТ 30523-97. Услуги общественного питания. Общие требования.
2. Кондратьев К.П. Организация производства на предприятиях общественного питания : учебное пособие / К.П. Кондратьев. – Улан-Удэ: Издательство ВСГТУ, 2007. – 55 с.
3. Топольник В. Г. Управление качеством продукции и услуг ресторанного хозяйства: Опорный конспект лекций / В. Г. Топольник. – Донецк: ДонГУЭТ, 2005. – 115 с.
4. Левитов Н.Д. Психология труда / Н.Д. Левтов. – М.: Учпедгиз, 1963. – 340 с.
5. Артамонов А.Л. Формирование профессиональной культуры поведения будущего специалиста: дис ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Артамонов Александр Леонидович. – Кемерово, 2009. – 202 с.
6. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов : учебник / Н.И. Кабушкин. – 4-е изд., стереотип. – Мн.: Новое издание, 2003. – 368 с.
7. Приказ МОН РФ от 04.12. 2015 г. № 1432 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело (уровень бакалавриата)»
8. Лобур М.С. Формування професійно значущих якостей майбутніх молодших фахівців сфери харчування: дис ... канд. пед. наук: 13.00.04 / Лобур Микола Сергійович. – К., 2006. – 253 с.
9. Гриньова В.М. Формування педагогічної культури майбутнього вчителя (теоретичний та методологічний аспекти) / В.М. Гриньова. – Х. : Основа, 1998. – 300 с.

### **Зінченко В.О. Професійна культура фахівця ресторанної індустрії як наукова проблема.**

*У статті на основі аналізу діяльності фахівця в сфері ресторанної індустрії, її ролі в суспільстві, вимог роботодавців обґрунтовано необхідність формування у майбутніх менеджерів ресторанних підприємств професійної культури. У контексті формування професійної*

культури автором вказано на необхідність розвитку мотивів і цінностей професійної діяльності, професійно важливих якостей, професійно значущих умінь і навичок.

**Ключові слова:** ресторанна індустрія, спеціаліст в сфері ресторанної індустрії, професійна культура, мотивація, професійні цінності, професійно важливі якості, культура спілкування.

### **V. Zinchenko Professional culture of a specialist restaurant industry as a scientific problem.**

In article on the basis of the analysis of activity of the expert in the restaurant industry, its role in society, the requirements of employers the necessity of forming of future managers of restaurant businesses professional culture. In the context of formation of professional culture of the author indicated the need for the development of motives and values of professional activity, professionally important qualities professionally important skills.

**Key words:** restaurant industry, a specialist in the restaurant industry, professional culture, motivation, professional values, professional qualities, communication culture.

УДК 339.138:338

**Сенатова Екатерина Сергеевна,**  
магистрантка 2 курса специальности «Гостиничное дело»,  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»  
[adrianamecyanik@yandex.ru](mailto:adrianamecyanik@yandex.ru)

Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры туризма, гостиничного  
и ресторанного дела

ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»  
**Медяник Адриана Викторовна**

### **БЕНЧМАРКИНГ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

В статье исследуются теоретические и методологические основы современного бенчмаркинга как одного из управленческих инструментов, необходимого для обеспечения конкурентоспособности организации и

*повышения обоснованности ее стратегий на основе изучения опыта деятельности и поведения на рынке лидеров бизнеса.*

**Ключевые слова:** анализ, бенчмаркинг, информация, конкурентный анализ, конкурентоспособность предприятия.

Современные условия хозяйствования определяют для предприятий свои правила поведения на конкурентном рынке. Рыночная практика демонстрирует новые, современные методы, инструменты и подходы к управлению организациями, позволяющие в дальнейшем формировать преимущества среди конкурентов и повышать свою конкурентоспособность.

В мировой практике одними из таких методов являются специальные управленческие инструменты по мониторингу конкурентов (benchmarking) и заимствованию передового опыта (bestpractices).

Технология менеджмента, ориентированная на выявление и использование лучшего опыта работы в определенной области, называется бенчмаркингом. В основе бенчмаркинга лежит концепция постоянного совершенствования деятельности, которое предусматривает непрерывный цикл планирования, координации, мотивации и оценки действий в целях устойчивого улучшения работы организации [5, с. 32].

В настоящее время бенчмаркинг становится важным инструментом анализа рыночной ситуации и оценки конкурентных позиций предприятия, на основе которых принимаются стратегические решения. В целях оптимизации собственной деятельности и сформировать конкурентное преимущество, необходимо изучать других, отбирать в процессе исследований приемы работы из практики конкурентов, фирм-партнеров, то есть сравнивать свое предприятие с лидерами и учиться методам повышения уровня конкурентного потенциала на основе полученного опыта.

Отечественными предприятиями бенчмаркинг стал применяться сравнительно недавно, но уже сейчас можно говорить о том, что он прочно вошел в практику организаций.

В России концепция бенчмаркинга не получила должного распространения. До сих пор термин «бенчмаркинг» не имеет однозначного перевода на русский язык. Отдельные положения и аспекты бенчмаркинга начали пропагандироваться с 1996 г. в работах Г.Л. Багнев, А.К. Казанцева, И.А. Аренкова. В последние годы по данной проблеме стали публиковаться переводы трудов зарубежных ученых и практиков, появляются оригинальные разработки российских исследователей. Однако его теоретические и методологические аспекты не нашли достойного отражения в деятельности отечественных организаций и применение этого инструмента имеет незначительные масштабы [1].



Основными причинами такой ситуации стали следующие:

- невозможность найти подходящие данные для сравнения и сложность подбора предприятия-аналога;
- незнание технологий бенчмаркинга и методов изучения;
- нехватка финансовых, временных и человеческих ресурсов;
- небольшие размеры и масштабы деятельности предприятий.

Самой главной проблемой, тормозящей процесс внедрения и использования бенчмаркинга, является недостаток достоверной информации, повышенная засекреченность отечественных предприятий. Однако необходимо понимать, что бенчмаркинг – метод изучения опыта конкурента, который не является «военной тайной».

Бенчмаркинг способствует открытости и повышению эффективности бизнеса: предоставляет организации сигналы раннего предупреждения об ее отставании; выясняет уровень организации по сравнению с лучшими в мире; ведет к быстрому внедрению новых подходов при меньшем риске; сокращает затраты на процесс улучшения.

Чтобы не отстать от конкурентов, всем организациям, независимо от размера и сферы деятельности, необходимо постоянно изучать и применять передовой опыт в области производственных и бизнес-технологий. Предприятия, применяющие бенчмаркинг в собственной деятельности, развиваются более динамично, хотя используют эту технологию в основном не осознано и интуитивно. Ценность бенчмаркинга состоит в том, что производственные, маркетинговые и другие функции становятся более управляемыми тогда, когда исследуются и внедряются на предприятии лучшие методы и технологии других, в том числе не собственных, предприятий или отраслей. Это позволяет перейти предприятию к функционированию с более высокой экономичностью, созданию полезной конкуренции и удовлетворению потребностей клиентов, что очень важно для развития экономики страны в целом, когда многие предприятия утратили свой потенциал конкурентоспособности [4, с. 33].

Например, в Японии, США и других странах программы бенчмаркинга развиваются при государственной поддержке. В этих странах действуют своеобразные бюро, которые созданы специально для поиска партнеров по бенчмаркингу. В течение многих лет мировым лидером в области бенчмаркинга является Великобритания. В этой стране на национальном уровне признана необходимость повысить производительность и конкурентоспособность промышленности, особенно в малом и среднем бизнесе, который имеет большое значение для создания динамичной экономики. Процветающий малый бизнес – локомотив экономического роста, высокого уровня занятости населения и важный источник инновационного развития. От этого сектора экономики больше всего зависит разнообразие товаров и услуг и уровень развития крупных предприятий [7, с. 65].

Чтобы повысить продуктивность при минимальных затратах, малые и средние предприятия должны применять современные средства и методы анализа и оценки своей деятельности. На основе полученных данных легко разработать политику и стратегию, которые предельно раскроют потенциал компании.

Причины широкого распространения бенчмаркинга в бизнесе состоят в следующем [2]:

- рост глобальной конкуренции – в эпоху глобализации бизнеса, организации осознают необходимость всестороннего и детального изучения и последующего использования лучших достижений конкурентов в целях собственного выживания;
- вознаграждение за высокое качество – все большее распространение получают проходящие в разных странах конкурсы по определению и вознаграждению предприятий – лидеров качества. Условия участия в них предполагают, помимо демонстрации участниками конкурентных преимуществ выпускаемых ими продуктов, обязательное применение концепции бенчмаркинга в практике управления организациями;
- необходимость повсеместной адаптации и использования мировых достижений в области производственных и бизнес-технологий.

Технология бенчмаркинга предусматривает использование различных методов – это и аутсорсинг персонала, и компьютерное моделирование, и анализ коммуникационных связей, и социологические методы (проведение фокус-групп, социологических опросов, анкетирование как постоянного, так и временного персонала и т.п.).

Технология бенчмаркинга незаменима при необходимости повышения эффективности деятельности организации. Качественный бенчмаркинг предполагает серьезный анализ эффективности действий конкурентов и возможности его применения в ситуации конкретного бизнеса.

Идея заключается в том, чтобы искать наилучшие результаты везде. Необходимо начать поиск лучших предприятий, сбор качественных данных и изучение содержания труда, процессов или факторов, которые объясняют продуктивность.

Целенаправленное проведение в жизнь полученных сведений, а именно, не только внедрение разработанных возможностей улучшения, но и дальнейшее развитие организации предприятия. В данном случае речь идет не о том, чтобы копировать, а о том, что они должны служить стимулом для дальнейшего инновационного развития собственной организационной структуры, иначе анализ превосходства обернется стратегией побежденного.

В компаниях с сильным самостоятельным маркетингом бенчмаркинг является дополнением к основной аналитической деятельности и область

его эффективности сужена до наблюдений за интересными идеями, которые встречаются не только на данном рынке, но и за его пределами.

Единой методики выполнения бенчмаркинга не существует. Различные организации используют разные варианты действий по изучению достижений других организаций или собственных подразделений. Во всех методах имеются 3 основных этапа (фазы) [6, с. 97]:

- I. подготовка к бенчмаркингу – главная задача состоит в том, чтобы сформулировать проблему, для решения которой необходимо обратиться к опыту других компаний. Необходимо понять, почему возникли разрывы в результатах работы организации и лидеров рынка;
- II. сбор информации – определив проблему, надо найти правильный объект для сравнения. Выявление объектов по анализу превосходства, т.е. лучших предприятий, зависит от многих факторов. Они по возможности должны иметь высокую степень сопоставимости со сравниваемым предприятием. Это, как правило, наиболее сильные конкуренты;
- III. анализ информации и ее использование – анализ данных, в результате которого предприятие должно получить информацию, за счет чего образовался разрыв между данной организацией и предприятием-эталонном. Зная причины отставания организации от предприятия – эталона, необходимо понять, как ликвидировать разрыв и принять решение по улучшению ее деятельности. При этом надо обязательно соблюдать баланс между стоимостью внедрения найденных решений и их потенциальной выгодой.

Эти этапы охватывают весь цикл процесса бенчмаркинга.

Бенчмаркинг доказал свою эффективность как в производственной, так и в непроизводственных сферах деятельности, как в государственных, так и в частных организациях [3, с. 24].

Считаясь мощным управленческим инструментом, бенчмаркетинг является незаменимым инструментом для изучения организации. В разрабатываемой модели управления бенчмаркинг должен стать одним из ключевых в процессе непрерывного совершенствования любой деятельности, так как этот метод представляет собой систематически выполняемое сравнение элементов деятельности организации с аналогичными элементами более успешной рыночной деятельности на макро- и микроуровнях.

### **Литература**

1. Безопасность бизнеса. Агентство расследований. Mold consulting // BENCHMARKING – 2012. [Электронный ресурс], URL: <http://mtc.md/-consulting/Benchmarking%20%20ru.htm>
2. Бенчмаркингиндекс.// Официальный сайт. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.>

benchmarkindex.com 3. Данилов И. Бенчмаркинг – эффективный инструмент повышения конкурентоспособности // Стандарты и качество. – 2005. № 1. – С. 23–25. 4. Данилов И.П., Данилова Т.В. Бенчмаркинг как основа создания конкурентоспособного предприятия. – М. : РИА Стандарты и качество, 2005. № 1. – С. 32–36. 5. Лазарева Н.В., Фурсов В.А. Современные технологии управления и инструментарий менеджмента на транспорте: монография. – Ставрополь: Ставролит, 2011. – 124 с. 6. Фурсов В.А. Бенчмаркинг как инструмент рыночной деятельности предприятия // Вестник ИДНК «Теория экономики и управление народным хозяйством». – Ставрополь: РИО ИДНК. 2008. – № 3(7). – С. 96–102. 7. Фурсов В.А., Павленко В.М. Бенчмаркинг как современная технология управления региональными рынками: Материалы XXXVIII Научно-практической конференции по итогам работы профессорско-преподавательского состава СевКавГТУ за 2008 год. – Том третий. Экономика. – Ставрополь: СевКавГТУ, 2009. – С. 66–68.

**Сенатова К.С. Бенчмаркинг як сучасний інструмент управління підприємством**

*У статті досліджуються теоретичні та методологічні основи сучасного бенчмаркінгу як одного з управлінських інструментів, необхідного для забезпечення конкурентоспроможності організації та підвищення обґрунтованості її стратегій на основі вивчення досвіду діяльності та поведінки на ринку лідерів бізнесу.*

**Ключові слова:** *аналіз, бенчмаркінг, інформація, конкурентний аналіз, конкурентоспроможність підприємства.*

**K. Senatova Benchmarking as a modern tool of management of the enterprise**

*The article examines the theoretical and methodological foundations of modern benchmarking as one of the management tools necessary to ensure the competitiveness of the organization and increase the validity of its strategies on the basis of learning activities and behaviour in the market of business leaders.*

**Key words:** *benchmarking; competitive analysis; enterprise competitiveness.*

# ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ В ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ

УДК 911.3 [330.59 : 338.487] (477.61)

*Краснокутская Надежда Сергеевна,  
кандидат географических наук,  
старший преподаватель кафедры географии  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[nadya\\_gaev@mail.ru](mailto:nadya_gaev@mail.ru)*

## КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА НА РЫНКЕ РЕКРЕАЦИОННЫХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ ЛУГАНЩИНЫ)

*В статье определена актуальность исследований в сфере рекреационной географии. Отмечена значительность рекреационной деятельности в структуре хозяйственного комплекса Луганщины. Установлено значение качества жизни населения как важного фактора формирования спроса на рынке рекреационных услуг. Проведен общественно-географический анализ качества жизни населения как фактора развития рекреационной деятельности Луганщины.*

**Ключевые слова:** *качество жизни населения, рекреационная деятельность, факторы, Луганщина, общественно-географический анализ, регион.*

На современном этапе развития продуктивных сил общества рекреационно-туристическая деятельность выступает одним из основных сфер экономики. Рекреация и туризм оказывают влияние на сохранение и развитие культурного потенциала, способствуют гармонизации отношений между различными странами и народами, стимулируют правительства, общественные организации и коммерческие структуры активно участвовать в деле сохранения и оздоровления окружающей среды, имеют бюджетно-образующую роль для экономик отдельных стран мира. В этом контексте рекреация является массовым социально-экономическим явлением, которое оказывает существенное многоаспектное влияние на жизнедеятельность и территориальную организацию общества. Значимость этого вида деятельности обуславливает необходимость разностороннего изучения сферы рекреации и туризма, как в теоретико-методологической, так и аналитико-практической плоскости.

В настоящее время, рекреация является объектом исследования многих научных направлений, среди которых особое место принадлежит ре-

креационной географии. Разработка теоретико-методологических аспектов рекреационной географии в отечественной науке была обеспечена научными исследованиями А. Бейдыка, П. Вирченко, С. Дутчак, О. Любичевой, П. Масляка, Т. Сокол, А. Топчиева, Н. Чоренькой и других. Труды этих ученых выступают основными постулатами теории рекреационной географии. Большое внимание в научной литературе уделяется анализу особенностей территориальной организации рекреационной деятельности в соответствии с наличными предпосылками, характерными регионам разного таксономического уровня.

Несмотря на широкое представление в научной литературе многогранных исследований по рекреационной географии, достаточно актуальным является исследование разносторонних факторов, определяющих специфику и географию развития рекреационной деятельности. Потребность исследования детерминированности рекреации, определяется, в первую очередь, динамичностью и значимостью развития этого вида деятельности.

Исследование особенностей развития рекреационной деятельности является особенно важным в регионах, где туризм может стать «компенсатором» экономического развития, который дает «внешний выход» национальному богатству. К таким территориям принадлежит Луганский край.

С учетом выше изложенного, целью нашего исследования является изучение качества жизни населения как одного из важнейших факторов формирования спроса на рынке рекреационных услуг в Луганском крае.

Согласно многочисленным исследованиям ученых организация и развитие рекреационной деятельности сопряжено действием разных блоков факторов, каждый из которых имеет свою специфику влияния. Среди их совокупности можно выделить: природные, политические, экономические, социально-демографические, культурные, научно-технический прогресс и проч. Основная задача идентификации и знания факторов регулирования рекреации заключается в упорядоченности социально-территориальных условий жизнедеятельности, где определенная территориальная ячейка конкретного географического пространства будет представлять собой среду реализации рекреационной деятельности.

Географическое пространство является системой социальной, искусственной (техносфера) и естественной (природа) частных пространств, в рамках которых развивается жизнедеятельность индивида или социальной группы и характеризуется специфичностью образа жизни, определяемого мотивами. Мотивы – определенные предпочтения, действия человека, формируемые под воздействием разного рода факторов. Спрос населения на рекреационные услуги он также детерминирован мотивами. Специфика потребления рекреационных услуг заключается в том, что удовлетворение потребности в рекреации не является первоочередной задачей, некоторых случаев [3]. Это означает, что только люди, кото-

рые удовлетворили свои насущные потребности, будут потенциальными потребителями рекреационных услуг, то есть те, кто имеет некоторый уровень дохода. В этом контексте положительные мотивы спроса на рекреационные услуги однозначно сопряжены с качеством жизни населения.

По определению И. В. Гукаловой в общественной географии качество жизни населения – это категория, которая характеризует условия жизнедеятельности и состояния населения в конкретной среде с точки зрения его способности обеспечивать восстановление и сбалансированное развитие общества. Под качеством жизни населения понимается социо-эколого-экономическая определенность условий жизни населения и характеристик его состояния в определенном регионе в конкретное время. Значимой характеристикой качества жизни является ее геопространственная обусловленность [2, с. 275].

Луганский край располагает благоприятными рекреационными ресурсами, а также имеются в регионе условия для разработки маршрутов производственного туризма. Все это служит основой для развития данного сектора сферы услуг в регионе, который может стать дополнительным источником формирования бюджета Луганщины. Однако, анализ отраслевой структуры хозяйственного комплекса Луганского края свидетельствует о том, что рекреационная деятельность не имеет существенного значения для экономики региона. Подтверждением этому является стабильно низкий удельный вес (от 4,8% до 5,1% по состоянию на 2005 – 2012 гг.) данной отрасли в общей структуре валовой добавочной стоимости региона по видам экономической деятельности. В условиях ухудшения политической и социально-экономической ситуации в Луганщине этот показатель достигает крайне низкого уровня.

Низкому уровню развития рекреационно-туристской деятельности в Луганском крае предшествует низкий спрос на рекреационные услуги, предлагаемых регионом, который является минимальным, как со стороны соотечественников, так и со стороны иностранных рекреантов. Эта тенденция была характерна для региона и до событий 2014 г., при этом немаловажной причиной этого является низкое качество жизни населения.

Луганщина относится к числу экономически развитых индустриальных регионов, имеет выгодное общественно-географическое положение, богатый природно-ресурсный потенциал, отличается значительной концентрацией населения и производства, высоким уровнем урбанизации. Однако, отсутствие мер по перестройке хозяйственного комплекса в пользу развития видов экономической деятельности характерных рыночной экономике, среди которых туристско-рекреационный комплекс, определили сохранение в Луганском регионе старопромышленной специализации. Регрессивность отраслевой структуры хозяйственного комплекса старопромышленных регионов в период трансформационных преобразований, спровоцировала целую совокупность проблем, где основной ста-

ла – несбалансированность развития отдельных сфер жизнеобеспечения. Это отображается в оценке качества жизни, в том числе по отдельным ее компонентам (интегральным индексам). Староиндустриальные регионы видятся такими, которые «платят серьезную цену» за свои экономические показатели [1, с. 16].

Так, длительные трансформационные процессы и специализация на старопромышленных отраслях Луганщины, привели к существенному ухудшению условий и качества жизни населения. По результатам мониторинга Луганский край в течение нескольких лет имела крайне высокие показатели уровня бедности. Кроме того, на протяжении 2004 – 2012 гг. Луганщина характеризовалась крайне неблагоприятными показателями индекса человеческого развития (входила в 5 аутсайдеров из 24 регионов исследования [4, с. 40]). При этом в своих исследованиях по качеству жизни населения И. В. Гукалова отмечает, что Луганский край имеет самые худшие значения показателей практически по всем интегральным показателям качества жизни [1, с. 16].

Анализ структуры денежных затрат домохозяйств по состоянию на 2013 г., свидетельствует о том, что одно домохозяйство Луганщины тратит в среднем в месяц на услуги культуры и отдыха около 0,4 % от всей совокупности денежных затрат; в семьях с детьми доля затрат на эти услуги составляет 0,5 % от общей совокупности денежных расходов, при этом для домохозяйств с одним ребенком этот показатель составляет 0,6%, соответственно, а для семей с двумя детьми – 0,2 %, с тремя и более детьми – 0,1% [4].

Общезвестно, что семьи с детьми относятся к категории социально-уязвимых относительно риска попадания в категорию бедных, чем больше детей, тем этот риск выше. Соответственно, сокращение доли затрат на услуги культуры и отдыха в структуре совокупных денежных затрат является проявлением низкой мотивации населения с низким качеством жизни относительно потребности в услугах рекреации.

Таким образом, проведенный общественно-географический анализ свидетельствует о том, что одним из принципов развития сферы услуг рекреационно-туристского комплекса Луганского края является адресность. Сущность этого подхода заключается в том, что рынок рекреационных услуг Луганщины должен ориентироваться в первую очередь на отечественного потребителя, соответственно услуги этой сферы деятельности должен быть в первую очередь доступным по стоимости. Ведь население Луганщины, оказавшиеся в сложных политических и социально-экономических условиях вынуждено ограничивать свои затраты на удовлетворение рекреационных потребностей. В свою очередь, повышение спроса на рынок отечественных рекреационных услуг будет способствовать развитию этой перспективной отрасли экономики Луганского края.



## Литература

**1. Гукалова І.В.** Старопромислові регіони: підходи до визначення і проблеми розвитку в контексті якості життя населення / І.В. Гукалова // Суспільно-, фізико-географічні та геоекологічні проблеми старопромислових районів: матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф., присвяченій 75-річчю утворення кафедри географії Луганського національного університету імені Тараса Шевченка (17 – 19 жовтня 2011 р., Луганськ) / Відп. ред. І.Г. Мельник. –Луганськ: Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка». – 2011. – С. 14 – 17. **2. Гукалова І.В.** Якість життя населення України: суспільно-географічна концептуалізація: Монографія / І.В. Гукалова. – К. : ДП «Друкарня МВС України», 2009. – 348 с. **3. Мартышенко Н.С.** Туризм и рекреация как важнейшие составляющие качества жизни (по данным независимых исследований в Приморском крае) / Н.С. Мартышенко – [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <https://docviewer.yandex.ua/view/> **4. Регіональний людський розвиток: Статистичний бюлетень** / Державна служба статистики України [Відповідальний за випуск О.О. Кармазіна]. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>

### **Краснокутська Н.С. Якість життя населення як фактор формування попиту на ринку рекреаційних послуг (на прикладі Луганщини)**

*У статті визначено актуальність досліджень в сфері рекреаційної географії. Відзначено значущість рекреаційної діяльності в структурі господарського комплексу Луганщини. Встановлено значення якості життя населення як важливого чинника формування попиту на ринку рекреаційних послуг. Проведено суспільно-географічний аналіз якості життя населення як фактора розвитку рекреаційної діяльності Луганщини.*

**Ключові слова:** *якість життя населення, рекреаційна діяльність, фактори, Луганщина, суспільно-географічний аналіз, регіон.*

### **N. Krasnokyt'skaya Quality of life of the population as a factor of demand formation in the market of recreational services (on an example of Lugansk region).**

*The article determines the relevance of research in the field of recreational geography. The significance of recreational activities in the structure of the economic complex of Lugansk region is noted. The importance of quality of life of the population as an important factor of demand formation in the market of recreational services is established. A socio-geographical analysis of the quality of life of the population as a factor of recreational activity development in Lugansk region was conducted.*

**Key words:** *quality of life of the population, recreational activity, factors, Luhansk region, socio-geographical analysis, region.*

*Лебедева Елена Павловна,  
кандидат философских наук,  
доцент кафедры государственного,  
муниципального управления и менеджмента  
Ставропольского филиала РАНХиГС*

*Шаталова Ольга Ивановна,  
доктор экономических наук, профессор,  
доцент кафедры государственного,  
муниципального управления и менеджмента  
Ставропольского филиала РАНХиГС*

*Шмыгалева Полина Владимировна,  
кандидат социальных наук,  
доцент кафедры государственного,  
муниципального управления и менеджмента  
Ставропольского филиала РАНХиГС*

## **ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ КОМПЛЕКСЫ КАК ФОРМА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА – ПРИОРИТЕТНОГО НАПРАВЛЕНИЯ СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ**

*В статье рассмотрены перспективы развития туристско-рекреационных комплексов Кавказских Минеральных вод, ориентированных на развитие туристского потенциала региона. В контексте развития всесезонных туристско-рекреационных комплексов акцентируется внимание на их роли в качественном преобразовании экономики (повышение инвестиционной привлекательности, увеличение доходов и повышение жизненного уровня населения) Ставропольского края.*

**Ключевые слова:** *Ставропольский край, туризм, туристско-рекреационный комплекс, туристско-рекреационный кластер.*

Стратегия развития Ставропольского края до 2035 года в качестве одного из приоритетных направлений определяет развитие туризма на территории Кавказских Минеральных вод. При этом, учитывая проектный характер самой стратегии, и данное направление также носит формат комплекса разносторонних проектов, ориентированных на развитие туристского потенциала региона. Одним из направлений развития туристской составляющей выступают всесезонные туристско-рекреационные комплексы, которые формируются на территории РФ, начиная с 2011 года, когда была утверждена федеральная целевая

программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» [1]. Основной целевой характеристикой данной программы выступает развитие отечественных туристских кластеров, носящих всесезонный характер и способных в перспективе стать конкурентоспособным аналогом основным заграничным курортам. Субсидиарность финансирования основных мероприятий по данной программе среди бюджетов различных уровней должна привести к наращиванию инвестиционных потоков внутри самих регионов как со стороны региональных властей, способных изыскать необходимые средства в региональных бюджетах, так и за счет привлечения частного капитала.

В рамках федеральной целевой программы (ФЦП) «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» с 2011 года ведется строительство 54 туристско-рекреационных и автотуристских кластеров в 41 регионе, но к концу 2017 года завершено строительство только 11 кластеров в 10 субъектах РФ.

Общий объем финансирования программы на 2011-2018 годы составляет 141,7 млрд. рублей, из них 31,4 млрд. рублей – средства федерального бюджета, 101 млрд. рублей - внебюджетные источники. В 2016 году на развитие внутреннего и въездного туризма из федерального бюджета было направлено 4,3 млрд. рублей, в 2017 году этот объем будет увеличен до 5,1 млрд. рублей, в 2018 году – до 6,3 млрд. рублей. Бюджеты непосредственно регионов на финансирование ФЦП в 2016-2018 годах направят 4,7 млрд. рублей. Необходимо отметить, что до завершения программы осталось всего 1 год, а многие объекты до сих пор находятся еще на стадии разработки, что требует ужесточения мониторинга за расходованием бюджетных ресурсов.

**На территории Ставропольского края** создание туристско-рекреационного кластера «Эко-курорт Кавминводы» Постановлением Правительства Ставропольского края от 24.12.2015 № 569-п «Об утверждении государственной программы Ставропольского края «Культура и туристско-рекреационный комплекс» [2].

Основными плановыми индикаторами данного проекта выступают:

- создание дополнительных 2500 рабочих мест в сфере туристско-рекреационного кластера;
- создание 5 инфраструктурных объектов проекта «Эко-курорт Кавминводы»;
- развитие дорожной инфраструктуры к туристскому кластеру.

В принципе, с начала реализации ФЦП многое выполнено за счет внебюджетных средств. За средства инвесторов реконструирован по высоким стандартам качества санаторий «Машук Аква-терм», вследствие чего не только был поднят уровень его комфортности, но и увеличена емкость на 71 койко-место, до 300 койко-мест, также в 2016 году введен

в эксплуатацию новых санаторий «Источник» в Ессентуках», площадью 1,5 га, рассчитанный на 444 места, и расположенный в центре курортной зоны Ессентуков, в шаговой доступности к курортному питьевому источнику минеральной воды.

На 2017-2018 годы в рамках ФЦП предусмотрено освоение федеральных средств в 191,4 млн. руб. и 370,6 млн. руб. соответственно, основным направлением расходования которых будет создание обеспечивающей инфраструктуры в городах-курортах Ессентуки, Железноводск, Кисловодск и Пятигорск.

Согласно проектным данным, сам кластер будет состоять из трех основных объектов:

1. Санаторий «Источник» – действующий санаторий, обновленный в 2015 году за счет привлечения частного инвестора из Азербайджана при участии регионального бюджета (курортная зона города Ессентуки).

2. Санаторий «Машук Aqua-Term», реконструированный в период 2015-2016 гг. и его новый корпус, построенный на частные инвестиции (г. Железноводск). Региональная бюджетная помощь заключается в строительстве автомобильной дороги к санаторию, на 2016-2017 годы запланировано строительство водопровода.

3. Строительство нового объекта – «Минводы Wellness Park», который территориально будет расположен вблизи горы Змейка. Площадь строительства составляет 200 га. Парк будет включать несколько санаториев, гостиницы, инфраструктуру развлечений и т.д. Следует отметить, что это самый дорогой проект, так как на апрель 2017 года для реализации данного проекта нет ни одного готового объекта инфраструктуры.

*Именно по реализации третьего из перечисленных объектов возникают самые серьезные проблемы, которые, возможно, приведут к ситуации, когда проект не будет реализован вообще.*

Изначально проект «Минводы Wellness Park» планировался как сегментный комплекс, элементы которого были бы расположены в пределах уже действующих курортов, однако застройщики предложили Правительству края новый вариант размещения, который включает примерно 200 га площадей в крупнейшем заказнике края – Бештаугорский, характеризующийся различными биологическими ресурсами, в том числе уникальными и занесенными в Красную книгу.

Изначально проект «Минводы Wellness Park» планировался как сегментный комплекс, элементы которого были бы расположены в пределах уже действующих курортов, однако застройщики предложили Правительству края новый вариант размещения, который включает примерно 200 га площадей в крупнейшем заказнике края – Бештаугорский, характеризующийся различными биологическими ресурсами, в том числе уникальными и занесенными в Красную книгу.

Согласно проектным данным, строительство такого масштабного

объекта позволит существенным образом улучшить показатели туристской индустрии региона, целевые индикаторы которого представлены в таблице 1.

Таблица 1.

**Целевые индикаторы развития проекта  
«Эко-курорт Кавкминводы»**

Показатели	2015	2016	2017
Количество созданных единиц рабочих мест в туристских кластерах Ставропольского края	40	-	-
Количество введенных в эксплуатацию объектов инфраструктуры туристских кластеров в Ставропольском крае	1	4	1
Количество объектов инженерной инфраструктуры в Ставропольском крае, на которых завершены работы по реконструкции	1	-	2
Количество туристов, посетивших Ставропольский край, млн. чел.	1,28	1,33	1,41
Объем услуг, оказываемых организациями санаторно-курортного и туристского комплексов Ставропольского края	24,80	26,80	28,17
Число мест (коек) в коллективных средствах размещения Ставропольского края, единиц	46670	47680	48700
Количество проведенных семинаров, «круглых столов» и конференций в сфере туризма в Ставропольском крае, единиц	-	3	3
Количество созданных и размещенных информационных материалов о туристском потенциале Ставропольского края в средствах массовой информации (печатные издания, интернет-издания, телеканалы, информационные агентства), ед.	10	10	10

Количество организованных и проведенных ознакомительных туров для представителей средств массовой информации и туроператоров по вопросам организации внутреннего и въездного туризма в Ставропольском крае, ед.	2	2	2
---	---	---	---

Первые годы функционирования программы развития «Эко-курорта Кавминводы» продемонстрировали весьма хорошие результаты, так как за период с 2012 по 2015 годы было создано дополнительно свыше 5000 рабочих мест как непосредственно в туристском кластере, так и в смежных отраслях, а турпоток ежегодно увеличивается на 50-80 тысяч туристов в год. Помимо этого, за счет реализации проекта «Эко-курорт Кавминводы» край планирует ежегодно, начиная с 2018 года, получать свыше 70 млн. рублей дополнительных налоговых поступлений.

Согласно сметным данным, непосредственное строительство «Минводы Wellness Park» должно было активно начаться в 2016 году, однако по результатам прошедшего 2016 года в рамках этого проекта реализовывалось только начальное строительство автомобильной трассы, а непосредственно строительство самого объекта переносится постоянно из-за несогласования с экологическими службами. Строительство автомобильной дороги к «Минводы Wellness Park» в настоящий момент также является предметом судебных разбирательств, так как при начале ее строительства было вырублено более 100 деревьев на территории заказника, штраф за каждое из которых составляет 5000 рублей.

Еще одной важной причиной, выступающей против строительства «Минводы Wellness Park» на выбранной разработчиками территории является то, что часть земель, предназначенных под строительство, относится к категории «сельскохозяйственные угодья», где на протяжении многих лет выращивались овощные культуры.

По поручению Правительства края, в мае 2017 года проводилась обстоятельная экологическая экспертиза, которая, по мнению экологов, должна убедить власти перенести расположение указанного проекта в более пригодные земли, так как, помимо биологического возможного ущерба, немаловажное значение имеют выводы гидрологов о содержании почвы и грунта под предполагаемым строительством. По мнению ученых, на данной территории в начале XX века велась активная добыча урановых руд, что также должно учитываться при строительстве такого масштабного проекта, призванного, прежде всего, улучшить здоровье населения.

Экологи края настаивают на переносе строительства в более приемлемые районы, и в большей степени выступают за рассредоточение объектов нового строительства в уже сформировавшихся курортных зонах.

Есть еще один нюанс – практически все участки, отведенные под создание туристско-рекреационного кластера «Эко-курорт Кавминводы», находятся именно на территории заказника «Бештаугорский», 19 из 20 участков, выбранных подрядчиками и проектировщиками для создания кластера, находятся в границах природоохранной зоны. При этом, изначально власти региона определяли под эти цели совсем другие территории.

Постановлением Правительства Ставропольского края от 28 июня 2016 г. № 249-п «О создании государственного природного заказника краевого значения «Бештаугорский» и Положением об округах санитарной и горно-санитарной охраны лечебно-оздоровительных местностей и курортов федерального значения, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 07.12.1996 № 1425, в рамках его территории запрещено любое строительство, как самих объектов, так и инфраструктурных сооружений. В связи с этим, возникает резонный вопрос – как Правительство края анонсирует строительство столь масштабного проекта (в июле 2016 года), не имея никаких разрешающих документов?

Несомненно, такой масштабный проект, да еще и при федеральной поддержке, просто необходим региону, поэтому властям нужно в кратчайшие сроки провести независимую экологическую экспертизу и найти компромисс с экологами.

Еще одним фактором, тормозящим развитие туристско-рекреационного кластера на территории КМВ, является отсутствие в крае закона, регулирующего сферу туризма и туристской деятельности. В частности, действие данного документа должен четко регламентировать деятельность субъектов туристского бизнеса, информационную среду туристической индустрии, а также регламентировать рациональное использование рекреационных ресурсов и определять правила и принципы развития туристского сектора.

Таким образом, подводя итог, можно сказать следующее: по состоянию на начало 2017 года полная реализация проекта «Эко-курорт Кавминводы» практически невозможна из-за отсутствия разрешающих документов со стороны экологических служб на строительство объектов туристско-рекреационного кластера («Минводы Wellness Park») на территории заказника.

Развитие инфраструктуры туристско-рекреационного кластера не будет реализовываться самостоятельно, без учета строительства комплекса «Минводы Wellness Park». Частные инвесторы не согласны вкладывать деньги в уже имеющиеся туристические зоны КМВ вместо запланированного строительства «Минводы Wellness Park».

Ставропольский край остро нуждается в расширении мощностей туристско-рекреационного сектора при поддержке федерального

бюджета, поэтому Правительство всеми силами старается согласовать строительство «Минводы Wellness Park».

В целях разрешения сложившейся ситуации при создании «Эко-курорта Кавминводы» предлагается следующее:

- разработчикам данного проекта рассмотреть альтернативные варианты для строительства вышеуказанных объектов капитального назначения за пределами границ заказчика;

- в кратчайшие сроки необходимо принять закон «О туризме в Ставропольском крае», основными составляющими элементами которого станут: государственная поддержка и введение обязательной аттестации экскурсоводов; организационно-правовое обеспечение развития туризма; порядок предоставления бюджетных инвестиций и налоговых льгот в соответствии с законодательством; предоставление государственных гарантий региона; продвижение туристского продукта края на внутреннем и мировом туристских рынках; содействие в организации подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников туристской индустрии и другие.

### **Литература**

**1. Постановление** Правительства РФ от 11 июня 2016 г. № 534 «О внесении изменений в федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». **2. Постановление Правительства Ставропольского края** от 24.12.2015 № 569-п «Об утверждении государственной программы Ставропольского края «Культура и туристско-рекреационный комплекс».

***Е. Лебедева, О. Шаталова, П. Шмыгалева*** Туристично-рекреаційні комплекси як форма розвитку туризму - пріоритетний напрямок Ставропольського краю

*У статті розглядаються перспективи розвитку туристично-оздоровчих комплексів Кавказьких мінеральних вод, спрямованих на розвиток туристичного потенціалу регіону. У контексті розвитку всесезонних туристичних та оздоровчих комплексів увага зосереджена на їхній ролі у якісному перетворенні економіки (збільшенні інвестиційної привабливості, збільшенні доходів та поліпшенні життєвого рівня населення) ставропольського краю.*

**Ключові слова:** ставропольський край, туристичний, туристично-оздоровчий комплекс, туристично-оздоровчий кластер.



**E. Lebedeva, O. Shatalova, P. Shmygaleva** Tourist-recreational complexes as form of development of tourism – priority direction of the Stavropol edge

*The article deals with the prospects of development of tourist and recreational complexes of Caucasian Mineral waters focused on the development of the tourism potential of the region. In the context of the development of all-season tourist and recreational complexes, the attention is focused on their role in the qualitative transformation of the economy (increasing investment attractiveness, increasing incomes and improving living standards of the population) of the Stavropol territory.*

**Key words:** Stavropol territory, tourism, tourist and recreational complex, tourist and recreational cluster.

УДК 65.011

**Малахова Юлия Александровна,**  
магистрантка 2 курса специальности «Туризм»,  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»  
[adrianameyanik@yandex.ru](mailto:adrianameyanik@yandex.ru)

*Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры туризма, гостиничного  
и ресторанного дела*

ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»

**Медяник Адриана Викторовна**

## **АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КОНТРОЛЛИНГА ПЕРСОНАЛА**

*Статья посвящена анализу подходов к исследованию проблем внедрения контроллинга. Различные, взгляды, идеи, позиции, связанные с контроллингом персонала, механизмом его внедрения, нуждаются в переосмыслении и систематизации.*

**Ключевые слова:** контроллинг персонала, классификация, система управления, инструменты контроллинга персонала.

Проблема применения инструментов контроллинга персонала при совершенствовании системы управления персоналом является предметом принципиальных дискуссий не только в российской, но и в зарубежной науке и практике. Интерес к этой проблеме стал проявляться в России

в начале 1990-х гг. с развитием частного бизнеса и началом перехода к рыночной экономике. За рубежом контроллинг персонала получил свое развитие в 80-е гг. XX в., когда стали обсуждаться возможности применения контроллинга в различных функциональных областях. Данная статья посвящена анализу подходов к исследованию проблем внедрения контроллинга. Несмотря на то, что теоретические и практические положения контроллинга персонала исследуются как зарубежными, так и отечественными авторами, проблема в данной области проработана недостаточно, не выработано целостного и системного представления о механизме внедрения контроллинга персонала на предприятии. Различные, зачастую альтернативные взгляды, идеи, позиции, связанные с контроллингом персонала, его внедрением, нуждаются в переосмыслении и систематизации. Это направление только оформляется в качестве концепции, и многие принципиально новые теоретические и методологические проблемы нуждаются в разработке.

В научной литературе имеется множество существенно отличающихся определений контроллинга персонала. Изобилие определений затрудняет систематизацию. В данной статье представлена попытка классификации определений.

*Первый тип определений* представляет, на наш взгляд, контроллинг персонала как систему управления процессами достижения конечных целей и результатов деятельности современной организации, основываясь на количественных данных. По мнению немецкого специалиста Р. Вундерера, «контроллинг персонала – это плановый, результирующий и интегральный учет для оценки решений в области управления персоналом и, в особенности, их экономических и социальных последствий» [1, с. 27]. Такого же мнения придерживается и С. Фалько, раскрывая сущность контроллинга персонала как «системы внутрифирменного планирования и контроля в сфере работы с человеческим ресурсом, которая помогает «преобразовывать» стратегии в плановые величины и конкретные мероприятия, а также формировать основные положения по управлению сотрудниками» [2, с. 42].

Наиболее важной компонентой данного подхода к концепции контроллинга персонала является четкий учет затрат, связанных с расходами на персонал.

*Вторая группа определений* ориентируется на информацию и выходит за рамки чисто количественного, сравнительного анализа плановых величин с фактическими показателями. Главное предназначение контроллинга персонала заключается в сборе и анализе уже не только количественных, но и качественных показателей системы управления персоналом, таких как соответствие текущего положения деятельности стратегическим целям и задачам внутреннего кадрового потенциала организации, эффективности и результативности

работы персонала. С.В. Рубцов определяет контроллинг персонала как «систему, обеспечивающую методическую и инструментальную базу для поддержки основных функций управления персоналом: планирования, контроля, учета и анализа» [3, с. 61]. В свою очередь, В.Д. Дорофеев и А.Н. Шмелева под контроллингом персонала понимают «концепцию, направленную на ликвидацию «узких мест», ориентированную на будущее в соответствии с поставленными целями и задачами получения определенных результатов» [4, с. 244.]. Д. Хан рассматривает контроллинг персонала как «систему интегрированного информационного обеспечения, планирования и контроля деятельности системы управления персоналом» [5, с. 132].

Представители данной концепции контроллинга персонала считают, что основная его задача заключается в обеспечении руководства предприятий и организаций релевантной информацией для принятия управленческих решений.

*К третьему типу* можно отнести понятие контроллинга персонала, основывающееся на двух моментах: эффективности использования человеческого ресурса и результативности процесса управления персоналом. Основоположник и главный представитель данного направления П. Хорват понимает контроллинг персонала как «подсистему управления, которая координирует подсистемы планирования, контроля и информационного обеспечения системы управления персоналом, поддерживая тем самым системообразующую и системоувязывающую координацию» [6, с. 8]. С.Г. Маликова рассматривает контроллинг персонала как «координацию всех функций или, иначе, подсистем управления персоналом для достижения главных целей предприятия» [7, с. 88]. П.Э. Шлендер определяет контроллинг персонала как «систему поддержки планирования, управления, контроля и информационного обеспечения всех мероприятий кадровой работы» [8, с. 59].

Обратимся к целям контроллинга персонала. Так, П.Э. Шлендер определяет основную цель контроллинга персонала как поддержку планирования, управления, контроля и информационного обеспечения всех мероприятий кадровой работы. Из идентифицированных целей можно вывести задачи контроллинга персонала. Различают задачи контроллинга персонала по трем различным критериям. Что касается достижения целей предприятия, то различают оперативный и стратегический комплексы задач. По отношению к объекту разделение происходит в системе планирования и контроля, а также в системе информационного обеспечения. Учитывая функциональные аспекты, разделяют задачи на системно-образующие и на системно-соединяющие, или координирующие. Образование системы подразумевает здесь внедрение (организацию) или усовершенствование компьютеризованных информационных систем. Системно-соединяющая, или координирующая,

задача становится необходимой при действующей информационной системе, чтобы способствовать и обеспечивать взаимодействие (текущее согласование) различных подсистем при данной системной структуре.

Механизм внедрения контроллинга персонала состоит из 6 этапов:

- I. формирование стратегической цели управления персоналом – формирование стратегической цели управления персоналом (например – создать профессиональную команду единомышленников);
- II. определение факторов внешней и внутренней среды – диагностика предприятия, выяснения реальной картины его состояния;
- III. организация учета по центрам ответственности – организуется управленческого учета по центрам ответственности;
- IV. разработка системы бюджетирования – построение системы контроля за деятельностью экономических субъектов посредством внедрения системы бюджетов, представляющих собой систему финансовых планов и смет, охватывающую все стороны деятельности предприятия;
- V. организация контроля в системе контроллинга персонала – организация контроля в системе контроллинга персонала – объективно необходимое слагаемое данного механизма. От эффективности данной функции зависит эффективность функционирования всей системы управления персоналом;
- VI. формирование информационной системы – должны быть определены источники информации, ее качество и количество, методы и периодичность получения, ответственные лица за ее предоставление. Основным источником информации во всех случаях является существующая документация.

Вышеперечисленные этапы содержат соответствующие способы и методы, определяющие алгоритм действий.

Особую значимость при контроллинге персонала приобретает разработка регламента учетного документооборота, которая выступает основой взаимосвязи подразделений. На его базе определяется, кто, чем и когда отчитывается, куда эти документы направляются и что содержат. Создать систему документооборота – означает вложение учитываемых параметров в нужные документы, установление порядка создания и прохождения этих документов, сроков их сдачи, форм документов, а также определение круга лиц, ответственных за заполнение или принятие решений по этим документам.

Таким образом, приведенный выше механизм внедрения контроллинга персонала охватывает все основные действия в данной области, характерные

## Литература

1. **Вундерер Р.** Маркетинг персонала – искусство создания благоприятных условий труда // Проблемы теории и практики управления. 2003. № 5. – С. 25-28. 2. **Фалько С.** Контроллинг персонала: функции и задачи // Справочник по управлению персоналом. 2007. № 7. С. 40-44. 3. **Рубцов С.В.** Контроллинг как квинтэссенция научного менеджмента. М., 2000. – 121 с. 4. **Дорофеев В.Д., Шмелева А.Н.** К вопросу контроллинга в системе управления персоналом предприятия // Менеджмент: теория и практика. 2007. № 1/2. – С. 240-245. 5. **Хан Д.** Планирование и контроль: концепция контроллинга: Пер. с нем.. М., 1997. – 256 с. 6. **Шиманаев Н.Г.** К вопросу о концепции контроллинга // Менеджмент в России и за рубежом. 2003. – № 8. – С. 6-9. 7. **Маликова С.Г.** Контроллинг персонала// Служба кадров. 2004. – № 31. – С. 82-88. 8. **Аудит и контроллинг персонала организации: учебное пособие для студентов вузов /** Под ред. П.Э. Шлендера. М., 2007. – 129 с.

### **Малахова Ю.О.** Аналіз підходів до визначення контролінгу персоналу

*Стаття присвячена аналізу підходів до дослідження проблем впровадження контролінгу. Різні, погляди, ідеї, позиції, пов'язані з контролінгом персоналу, механізмом його впровадження, потребують переосмислення і систематизації.*

**Ключові слова:** контролінг персоналу, класифікація, система управління, інструменти контролінгу персоналу.

### **U. Malahova** An analysis of approaches to the definition of personnel control

*The article is devoted to the analysis of approaches to the research of problems of implementation of controlling. Different views, ideas, positions related to controlling staff, the mechanism of its implementation, need to be rethought and systematized.*

**Key words:** personnel control, classification, control system, personnel control tools.

**Медяник Адриана Викторовна,**  
кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры туризма, гостиничного  
и ресторанного дела  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[adrianamedyanik@yandex.ru](mailto:adrianamedyanik@yandex.ru)

## **МЕСТО КОНТРОЛЛИНГА ПЕРСОНАЛА В ОБЕСПЕЧЕНИИ КАДРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ**

*В статье рассмотрено определение кадровой безопасности туристского предприятия. Раскрыта сущность контроллинга персонала, его виды, задачи и функции, как элемента обеспечения кадровой безопасности предприятия.*

**Ключевые слова:** контроллинг персонала, кадровая безопасность, концепции контроллинга персонала, цели и задачи контроллинга персонала.

Кадровая безопасность предприятия – это процесс предотвращения негативных воздействий на экономическую безопасность предприятия за счет рисков и угроз, связанных с персоналом, его интеллектуальным потенциалом и трудовыми отношениями в целом. Она занимает доминирующее положение по отношению к другим элементам системы безопасности компании, так как она «работает» с персоналом, кадрами, а они в любой составляющей первичны [2].

Кадровую безопасность определяют три основных фактора:

- 1) найм;
- 2) лояльность;
- 3) контроль.

Кадровая безопасность, являясь элементом экономической безопасности предприятия, нацелена на такую работу с персоналом, на установление таких трудовых и этических отношений, которые можно было бы определить как безубыточные. Также немаловажным фактором в обеспечении кадровой безопасности предприятия выступает контроллинг персонала.

Для обеспечения успешного функционирования предприятия важным аспектом является тесное взаимодействие всех систем управления друг с другом и с деятельностью предприятия в целом. Ввиду этого цели контроллинга на предприятии подразделяются на общие и специальные.

Общие цели вытекают из целей предприятия, и соответственно, они могут выражаться, например, в достижении определенного уровня прибыли, рентабельности или производительности предприятия при заданном уровне ликвидности, кадровой безопасности.

Контроллинг персонала – это система внутрифирменного планирования и контроля в сфере работы с человеческим ресурсом, которая способствует «преобразованию» стратегии в плановые величины и конкретные мероприятия, а также формированию основных положений по управлению кадрами. Контроллинг персонала подразумевает разработку и предоставление инструментов для обеспечения потенциала производительности труда на предприятии [1].

Применение управленческого подхода дает возможность определить место кадровых ресурсов и воссоединить кадры с целями предприятия и другими системами управления. Благодаря ему система управления персоналом должна стать элементом системы управления в целом. Контроллинг персонала выступает информационной поддержкой принятия управленческих решений на предприятии.

Кадровый контроллинг – это система информационно-аналитической и методической поддержки принятия управленческих решений в системе управления персоналом с целью повышения эффективности предприятия [3].

В практике управления принято выделять два направления контроллинга:

- оперативный:
- подбор персонала;
- расстановка кадров;
- развитие сотрудников; руководство персоналом;
- сервис для персонала;
- маркетинг персонала;
- мотивация сотрудников;
- увольнение сотрудников;
- стратегический:
- концепция в области стратегии персонала;
- стратегическое планирование количественных и качественных показателей персонала во взаимосвязи с другими стратегиями экономического агента рынка (производство, клиенты, бизнес-процессы и т.д.);
- контроль результатов в области достижения стратегических целей по персоналу.

Под целью оперативного контроллинга персонала подразумевают создание системы управления достижения текущих целей предприятия, а также принятия своевременных решений по оптимизации соотношения затраты – прибыли.

Целью стратегического контроллинга персонала является обеспечение жизнеспособности предприятия и контроль движения предприятия к намеченной стратегической цели развития.

Цели контроллинга персонала со временем постепенно усложняются о чем свидетельствует практика и исследования зарубежных специалистов. В настоящее время их можно сформулировать как повышение результативности и эффективности бизнеса за счет наилучшего использования персонала. Эта цель является целью высшего порядка.

Определяют следующие основные функции контроллинга персонала:

1. информационно-обеспечивающая – построение информационной системы, охватывающей все необходимые сведения: производительность, затраты на персонал и т.д. Данная функция реализуется, как правило, посредством создания на предприятии базы данных персонала с возможностью формирования отчетов;
2. плановая – получение прогнозной, целевой и нормативной информации – определение потребности в сотрудниках (количество, уровень квалификации) для выпуска новой продукции или предоставления нового вида услуг;
3. управляющая – разработка предложений по устранению негативных тенденций. В случае, если возникает отклонение между плановыми и фактическими затратами на обучение одного работника в год, то служба контроллинга персонала дает рекомендации отделу кадров и финансовому департаменту относительно корректировки соответствующих планов и бюджетов;
4. контрольно-аналитическая – измерение степени достижения цели, анализ запланированных и фактических показателей по персоналу. Если отклонения не выходят за рамки интервала, рассчитанного подразделением контроллинга, то управляющие воздействия не нужны. Например, если текучесть кадров остается в пределах допустимых значений (4–5 %), но при этом отмечается тенденция к ее росту, то об этом необходимо «сигнализировать» управлению кадров [4, с. 462].

Участниками процесса реализации контроллинга персонала являются:

- линейные руководители – обычно следят за исполнительской и трудовой дисциплиной подчиненных;
- служба персонала – соблюдение работниками корпоративных норм и правил;
- отдел безопасности – фиксирует данные в системе контроля трудовой дисциплины (приход, уход, отсутствие на рабочем месте) и контролирует неразглашение коммерческой тайны;
- служба внутреннего контроля – проверяет соблюдение утвержденных регламентов и процедур.



Объектами контроллинга персонала в зависимости от уровня развития предприятия можно назвать: трудовые процессы и трудовой потенциал, количественные и качественные характеристики персонала и системы управления персоналом в целом, ее ресурсное обеспечение. Кроме того, можно выделить специфические объекты контроллинга, к ним относятся затраты на персонал, затраты на реализацию функций управления персоналом и центры ответственности.

Рассматривая классификацию контроллинга персонала мы можем выделить его виды со следующими критериями:

- по целевым установкам:
- контроллинг затрат;
- контроллинг результатов;
- контроллинг эффективности;
- по виду измерения:
- количественный контроллинг;
- качественный контроллинг;
- по объекту и времени:
- стратегический контроллинг;
- оперативный контроллинг.

Таким образом, персонал является ключевым, стратегическим фактором успеха предприятия, обеспечивающим его конкурентоспособность. Соответственно, контроллинг персонала является одной из составляющих обеспечения кадровой безопасности предприятия и наряду с контроллингом других функциональных областей обеспечивает наиболее эффективное достижение общекорпоративных целей. Результаты использования персонала также находят свое отражение в показателях деятельности предприятия, то есть в его прибыли, доле рынка и так далее.

Контроллинг персонала дает возможность оценить эффективность его использования и вклад персонала в достижение целей предприятия, а также скорректировать важнейшие решения в области персонала с учетом выявленных отклонений от запланированных результатов.

### Литература

1. Аудит и контроллинг персонала организации: Учеб. Пособие / Под. ред. проф. П.Э. Шлендера. – М. : Вузовский учебник, 2007. – 224 с.
2. **Кибанов А.Я.** Кадровая безопасность в системе безопасности организации // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2010. – № 10
3. **Михайлова С.** На практике: Кадровый менеджмент // Справочник по управлению персоналом. – 2009.
4. **Одегов Ю.Г., Никонова Т.В.** Аудит и контроллинг персонала: Учебник. – М. : Издательства «Альфа-Пресс», 2010. – 668 с.

**Медяник А.В. Місце контролінгу персоналу в забезпеченні кадрової безпеки підприємств туристичної індустрії**

*У статті розглянуто визначення кадрової безпеки туристського підприємства. Розкрито сутність контролінгу персоналу, його види, завдання та функції, як елемента забезпечення кадрової безпеки підприємства.*

**Ключові слова:** *контролінг персоналу, кадрова безпека, концепції контролінгу персоналу, цілі і завдання контролінгу персоналу.*

**A. Medyanik Place of controlling of personnel in providing personnel safety of enterprises of the tourist industry**

*The article considers the definition of personnel safety of a tourist enterprise. The essence of controlling personnel, its types, tasks and functions, as an element of ensuring the personnel security of the enterprise, is disclosed.*

**Key words:** *personnel control, personnel security, concepts of controlling personnel, goals and tasks of controlling personnel.*

**Медяник Виктор Александрович,**  
кандидат технических наук, доцент,  
зав.кафедрой «Охрана труда и БЖД»  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Владимира Даля»  
[bgd.ot.dahl@yandex.ru](mailto:bgd.ot.dahl@yandex.ru)

**Сало Владимир Иванович,**  
кандидат технических наук, доцент,  
доцент кафедры «Охрана труда и БЖД»  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Владимира Даля»  
[bgd.ot.dahl@yandex.ru](mailto:bgd.ot.dahl@yandex.ru)

**Пронина Юлия Геннадиевна,**  
старший преподаватель кафедры «Охрана труда и БЖД»  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Владимира Даля»  
[bgd.ot.dahl@yandex.ru](mailto:bgd.ot.dahl@yandex.ru)

## **ВОЗДЕЙСТВИЕ ПСИХОФИЗИОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА УСЛОВИЯ ТРУДА РАБОТНИКА-ОПЕРАТОРА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА**

*В статье рассмотрены вопросы влияния психофизиологических производственных факторов на условия труда сотрудников предприятий индустрии туризма и предложены рекомендации по созданию безопасных условий труда при внедрении и использовании компьютерного оборудования, что позволит повысить производительность труда, качество предоставляемых услуг и т.д.*

**Ключевые слова:** туризм, гостеприимство, безопасность, риск, цифровые технологии, психофизиологические факторы.

Усложнение производственных процессов и оборудования изменили функции человека в современном производстве: возросла ответственность решаемых задач; увеличился объем информации, воспринимаемой работником, и быстродействие оборудования. Работа человека стала сложнее, возросла нагрузка на нервную систему и снизилась нагрузка физическая. В ряде случаев человек стал наименее надежным звеном системы «человек-машина-среда». Возникла задача обеспечения на-

дежности и безопасности труда. Это в полной мере относится к сфере туризма и гостеприимства.

Проблема влияния на человека новейших технологий, связанных, в частности, с автоматизацией всех функциональных сфер деятельности предприятий и организаций становится все более актуальной. Все большее распространение в развитых странах приобретают цифровые технологии базирующиеся на использовании компьютерного оборудования [1, 2]. Однако, исследования, проведенные в России, США, Швейцарии и других странах, показали, что применение персональных компьютеров (ПК) в процессе труда сопровождается повышенным напряжением зрения, интенсивностью и монотонностью работы, преобладанием статических нагрузок, нервно-психическим напряжением.

Профессиональный риск для пользователей ПК связан также с воздействием электромагнитных полей малой и сверх малой напряженностей, которые снижают сосредоточение внимания и замедляют реакцию. Вследствие этого среди операторов довольно распространенными являются такие профессиональные заболевания, как ухудшение зрения, мышечные боли, психические и нервные расстройства, болезни сердечно-сосудистой системы, онкологические заболевания.

Все большее внимание [3...5] в организации системы «человек-машина-среда» уделяется особенностям познавательных процессов, системе принятия решений, профессиональных качеств человека-оператора. Актуальными являются [6...8] и вопросы изучения, анализа проблем надежности указанной системы, особенностей проявления профессионального риска и обеспечения здоровых и безопасных условий труда, а также работоспособности человека в данных условиях.

Решение этой сложной задачи требует учета адаптационных возможностей человека к управлению техническими средствами и соблюдения соответствующих норм, правил и требований. В связи с тем, что причиной 15 % несчастных случаев (НС) [9] в условиях производственной деятельности являются конструктивные недостатки оборудования, работа с ПК должна обеспечивать условия труда, соответствующие требованиям нормативных документов. Это напрямую влияет на работоспособность операторов и обслуживающего персонала, и может привести к выполнению трудовых операций в неудобной рабочей позе, физиологически нерациональным движениям, увеличению нагрузки, что ведет к быстрому утомлению, ухудшению здоровья и возможности возникновения НС. Поэтому, возникает необходимость в исследовании влияния психофизиологических факторов производственной среды на человека-оператора, работа которого может сопровождаться монотонностью, эмоциональными перегрузками, неудобной (фиксированной) рабочей позой, что в свою очередь приводит к возникновению у работников стресса, сонливости, переутомления и других факторов.

Монотонная работа отрицательно сказывается на производительности труда оператора ПК - ухудшаются экономические показатели, повышаются травматизм и аварийность. Поэтому, для снижения ее влияния, важно использовать следующие основные мероприятия [9]:

- осуществлять перевод сотрудников с одной выполняемой операции на другую, каждая из которых может оказаться монотонной;
- в течение рабочего дня (рабочей смены) необходимо применять оптимальные режимы труда и отдыха, кроме перерыва для приема пищи назначать дополнительные, короткие – для отдыха всей смены, отдела или отдельного работника в удобное для него время. При этом важно учитывать, что при монотонной работе целесообразны частые, но короткие перерывы – от 2 до 5 мин каждый час или полчаса работы;
- необходимо соблюдать эстетичность и, где это возможно осуществлять функциональное звуковое оформление рабочего места оператора ПК.

В повседневной жизни человек в состоянии приспособить свое тело к любому положению, но основными для него в системе «человек-машина-среда» являются позы «стоя» и «сидя», что следует учитывать, проектируя рабочее место и рабочую позу, отвечающие конкретному виду производственной деятельности [10, 11]. Необходимо стремиться к тому, чтобы рабочая поза была как можно ближе к естественной позе человека.

При проектировании рабочего места следует помнить, что фиксированная рабочая поза физиологически не оправдана. Кроме того, если при выполнении работы требуются большие мышечные усилия, то предпочтительна поза «стоя», а при меньших усилиях – «сидя». Работа в позе «стоя» приводит к более быстрому утомлению, чем работа в позе «сидя». Однако, обе эти фиксированные позы вызывают нарушение кровообращения в нижних конечностях и органах тазовой области, приводящие к профессиональным заболеваниям (варикозному расширению вен, сколиозу и т.п.). Поэтому, целесообразно предусматривать возможность работы и стоя и сидя.

Особого внимания заслуживают кресла для лиц, являющихся операторами ПК. Их конструкция должна, по возможности, как можно равномернее распределять давление тела на площадь опоры. Это возможно тогда, когда кресло в наибольшей степени соответствует анатомическому строению человека.

Многочисленные исследования влияния труда в различные смены на организм человека показали, что производительность труда, работоспособность, самочувствие, условия травмирования работающих в первую и вторую половину дня не одинаковы. Кроме того, в ночное время работа протекает на фоне снижения функционального состояния центральной нервной системы, сонливости, которая снижает производительность труда, его качество, а также защитные функции

организма работника, т.е. он становится менее «защищен» от несчастных случаев и аварий. Установлено, что сонливость при работе в ночную смену является, как правило, следствием несоблюдения суточной нормы сна. Люди, работающие в ночные смены, часто мало спят – не более пяти-шести часов, а иногда и того меньше. В свободное (дневное) время они занимаются домашней работой, для которой требуется большое напряжение физических сил.

У многих работающих постоянно в ночную смену наблюдается расстройство сна. Такие люди чаще имеют заболевания сердечно-сосудистой и нервной системы. Это объясняется тем, что функции человека в течение суток подвержены закономерным колебаниям. Одни из них активизируются в дневное время и ослабевают ночью, а другие, наоборот, усиливаются ночью. В организме человека вырабатывается суточная ритмика физиологических функций, сопровождающаяся значительной инертностью и трудно поддающаяся перестройке.

Сотрудники, основная деятельность которых связана с умственным, эмоциональным напряжением, творческим и умственным трудом, испытывают значительное нервно-эмоциональное напряжение, что ведет к значительным изменениям кровяного давления, пульса, повышение уровня сахара в крови. Характеризуя изменения состояния человеческого организма при умственном труде, можно констатировать, что качественные изменения при всех его видах одинаковы. Различны лишь интенсивность процессов и изменение показателей деятельности. Это особенно резко выражено при выполнении работ, требующих эмоционально-нервного напряжения.

Для обеспечения безопасности труда необходимо организовывать рабочий процесс так, чтобы он исключал стрессовые ситуации. Поэтому, очень важно в процессе профессионального обучения подготовить работников к труду в экстремальных и аварийных условиях так, чтобы стрессы не помешали ему в этих сложных условиях выполнять свои профессиональные обязанности. Эффективным средством профилактики стрессов в экстремальных условиях является профессиональная подготовка на тренажерах, имитирующих аварии.

Процесс понижения работоспособности, временный упадок сил, возникающий при выполнении определенной физической или умственной работы, приводит к утомлению и переутомлению. При этом, быстроразвивающееся утомление, наступающее при выполнении работы со значительными физическими усилиями или напряжением, является следствием нарушения центральной координации, возникновения экстренных очагов торможения из-за несоответствия рабочего задания функциональным особенностям организма, а при медленно развивающемся утомлении постепенно снижается работоспособность в результате привычной, но чрезмерно длительной или монотонной работы.

Для создания здоровых и безопасных условий труда необходимо учесть как все особенности технологического процесса и оборудования, так психофизиологические характеристики работников, комплексный анализ которых создает предпосылки для правильного выбора должности, рабочего места, уровня сложности выполняемых работником трудовых обязанностей. Необходимо учитывать также, насколько цели и задачи предприятия (организации) соответствуют поставленным перед человеком-оператором задачам. **Это позволит повысить производительность труда, качество предоставляемых услуг и т.д. на предприятиях индустрии туризма.**

### Литература

1. **Климов Е.А.** Введение в психологию труда. – М.: Изд-во МГУ, 1998. – 180 с. 2. **Повякель Н.И.** Видеодисплейные системы: психологические проблемы организации информации. Метод. рекомендации. – К.: Знание, 1990. – 28 с. 3. **Касьянов Н.А.** Охрана труда пользователей персональных компьютеров. Уч. пособие / Касьянов Н.А., Гунченко О.Н., Медяник В.А., Михайлова Ю.Ю., Андрианова А.А. – Луганск: Изд-во ВЛУ им. В.Даля, 2008. – 124 с. 4. **Жидецкий В.Ц.** Охорона праці користувачів комп'ютерів. – Л.: Афіша, 2000. – 176 с. 5. **Колосков В.Ю.** Метод прогнозування адаптації оператора до дії шкідливих факторів машинобудівного виробництва / Автореф. дис... канд.техн.наук, 2007. – Харків. – 20 с. 6. **Выщепан Л.И., Выщепан Л.Н.** Коэффициент загрузки и надежность оператора // Прикладные вопросы инженерной психологии. Вып. 2. – Таганрог: ТРТИ, 1975. – 124 с. 7. **Герасимов Б.М., Тарасов В.А., Токарев И.В.** Человеко-машинные системы принятия решений с элементами искусственного интеллекта. – К.: Наукова думка, 1993. – 224 с. 8. **Гуревич К.М.** Профессиональная пригодность и основные свойства нервной системы. – М.: Наука, 1970. – 96 с. 9. **Безпека праці: ергономічні та естетичні основи:** Навч. посіб. / С.О. Апостолюк, В.С. Джигирей, А.С. Апостолюк та ін. – 2-ге вид., стер. – К.: Знання, 2007. – 215 с. 10. **ГОСТ 12.2.049-80.** ССБТ. Оборудование производственное. Общие эргономические требования. – М.: Изд. стандарт, 1981. – 14 с. 11. **Методические рекомендации по оценке соответствия производственного оборудования эргономическим требованиям.** – М.: ВУНИНОТ ВЦСПС, 1982. – 59 с.

**Медяник В.О., Сало В.І., Проніна Ю.Г.** Вплив психофізіологічних факторів на умови праці працівника-оператора на підприємствах індустрії туризму

*У статті розглянуто питання впливу психофізіологічних виробничих чинників на умови праці працівників підприємств індустрії туризму та запропоновані рекомендації по створенню безпечних умов праці при*

*впровадженні і використанні комп'ютерного обладнання, що дозволить підвищити продуктивність праці, якість послуг і т. д.*

**Ключові слова:** туризм, гостинність, безпека, ризик, цифрові технології, психофізіологічні чинники.

***V. Medyanik, V Salo, U. Pronina Influence of psychophysiological factors on labor conditions of worker-operator at enterprises of the tourism industry***

*In the article questions of influence psychophysiological production factors are considered on the terms of labour employees enterprises industry tourism and offered to recommendation on creation of safe terms labour at introduction and use of computer equipment, that will allow to promote the labour productivity, quality of the given services et cetera.*

**Key words:** tourism, hospitality, safety, risk, digital technologies, psychophysiological factors.

УДК 338.48

**Мухорьянова Оксана Анатольевна,**

*кандидат экономических наук, доцент*

*кафедры государственного и муниципального управления  
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»*

**Савченко Ирина Петровна,**

*кандидат экономических наук, доцент*

*кафедры государственного и муниципального управления  
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»*

**ИНТЕГРАЦИЯ ПРОЕКТОВ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ  
ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ  
ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ**

*В статье рассмотрены особенности интеграции проектов в рамках Стратегии развития Ставропольского края с целью повышения эффективности планирования Кавказских Минеральных вод как формы развития территории.*

**Ключевые слова:** Ставропольский край, стратегия развития края, туризм, проектный подход.

Ставропольский край выступает одним из главных курортных и туристских регионов России вследствие уникальных природно-климатических условий, биоразнообразия флоры и фауны.



Привлекательность туристского сектора экономики края несомненна, однако при этом особенностью туристической отрасли Ставропольского края является ярко выраженная направленность в сторону лечебно-оздоровительного туризма – около 70% туристов приезжают в край с оздоровительной целью. Что касается потенциала региона в рамках страны, то на его долю приходится 17% оздоровительного туризма России в целом.

Создание Стратегии развития туризма в Северо-Кавказском федеральном округе на период до 2035 года является первым шагом к созданию долгосрочной стратегии развития туризма в Российской Федерации, потому что Северный Кавказ с его потенциалом – это один из макрорегионов, который создает общую пирамиду развития России.

В сложившейся на сегодня экономической ситуации для СКФО туризм – это одна из ключевых отраслей, драйверов экономического и социального развития, поскольку с точки зрения структуры занятости, образа жизни людей, исторического, природного потенциала, которым данная территория обладает, Ставропольский край имеет все необходимые стартовые конкурентные преимущества.

Разработка Стратегии развития туризма в СКФО на период до 2035 года ведется в соответствии с поручением правительственной комиссии по развитию федерального округа, данным в марте 2017 года. Помимо специалистов Минкавказ, в межведомственную рабочую группу вошли представители семи федеральных министерств, всех регионов СКФО, специалисты АО «Курорты Северного Кавказа», АО «Корпорация развития Северного Кавказа» и федеральных министерств.

По итогам 2016 года регионы Северного Кавказа посетили 3,5 млн. человек. За первое полугодие 2017 года СКФО посетили свыше 2,2 млн. туристов. Что касается Ставропольского края, то по итогам 2016 года, согласно официальной статистике, регион посетили порядка 1,4 млн. туристов, что на 7,7% выше значений показателей 2015 года. Текущий объем спроса удовлетворяется за счет существующей инфраструктуры. Общая емкость объектов размещения Ставропольского края составляет около 49 тыс. мест, поэтому можно говорить о необходимости, как наращивания материально-технической базы, так и о целесообразности более активного привлечения туристов.

В то же время, не достаточно активно развиваются иные направления туризма в крае, в основном все знают КМВ, поэтому туристический сектор на территории края развивается неоднородно: узконаправленный туристический поток традиционно практически не выходит за пределы Кавказско-Минераловодской агломерации.

Целесообразность темы данного исследования определяется, в первую очередь, демографическими трендами территории. Так, за период с 1989 г. по 2017 г. численность населения агломерации КМВ

возросла на 20%, составив 956 тыс. чел. на начало 2017 года, причем данная положительная тенденция сохранится – к 2035 году численность населения увеличится еще на 12%, достигнув 1,1 млн. чел., то есть, можно сказать, что современная численность агломерации КМВ уже вплотную приблизилась к предельной градостроительной емкости территории.

В то же время, более умеренный рост численности агломерации КМВ в сравнении со Ставропольским краем в целом связан с дефицитом свободных земельных ресурсов и ограничениями инфраструктурного характера, таким, как водоснабжение, водоотведение.

Что касается именно проблем водоснабжения и водоотведения, то и так существующий дефицит питьевой воды усугубляется ростом численности населения туристического потока, и уже сейчас оценивается в 50-100 тыс. м<sup>3</sup> в сутки, существует проблема высокого уровня износа магистральных систем, значительных потерь воды (до 50%), высокой аварийности (в 2,5-3 раза выше, чем средние показатели по РФ), сокращаются мощности Кубанского и Эшкаконского водопроводов из-за заиливания водохранилищ, существует проблема дефицита мощностей очистных сооружений, износа сетей и дефицита пропускной способности междугородних коллекторов, отсутствие канализации районов жилой застройки и т.д.

Существуют проблемы и в сфере утилизации ТКО, мусорожигательный завод превышает все экологические нормы выброса загрязняющих веществ в атмосферу, наряду с санкционированными, действуют стихийные свалки, даже в зонах формирования минеральной воды. Что касается соблюдения санитарно-экологического законодательства, то санитарный режим в первых зонах округа ГСО не соблюдается полностью на всех курортах, а состояние вторых зон ГСО характеризуется как местами неудовлетворительное.

Таким образом, проблемы в крае в части инфраструктурного обеспечения Кавказских Минеральных вод остаются, и требуют существенных инвестиционных вложений, поэтому в рамках реализации Стратегии Ставропольского края необходимо интегрировать несколько проектов, сформировав у них точки соприкосновения именно в части реализации общих интересов.

Например, г. Пятигорск, где размещается достаточно большая доля всех туристов, в качестве слабых мест транспортной инфраструктуры имеет старые трамвайные пути и отсутствие трамваев, доступных для маломобильных групп граждан. В г. Кисловодске, где одной из составляющих бренда выступает экологичность, и город претендует на статус зоны свободной от традиционных двигателей внутреннего сгорания, необходим пилотный проект, связанный с *развитием экологически чистых видов транспорта* с электро- и газомоторными двигателями. Данный проект будет первым в России по данной тематике. Целесообразным является восстановление движения пассажирских поездов на

участке Бештау – Железноводск в режиме экскурсионных составов, потенциал которого составляет 150 тыс. туристов в год. Также существуют еще локальные потребности в реконструкции отдельных участков дорог, которые, хоть и косвенно, но влияют на привлекательность территории с точки зрения туристов, предпочитающих автомобильные перемещения.

Большое значение должно уделяться использованию интернет-пространства для позиционирования территории. Так, по принципу работы одного окна можно сгруппировать информацию обо всех медицинских учреждениях КМВ для бесплатного доступа всем желающим для информирования как реальных, так и потенциальных российских и иностранных потребителей об услугах курортологии, бальнеологии и реабилитации. Финансирование подобных проектов может осуществляться как за счет средств только регионального бюджета, напрямую заинтересованного в увеличении количества отдыхающих, так и с привлечением частных финансовых ресурсов. Интересной является идея формирования клиентской базы отдыхающих в санаторно-курортных учреждениях, обмен данными с лечащими врачами и многостороннее наблюдение со стороны врачей за пациентами, что значительно ускоряет время диагностики и обмена информацией по истории больного.

Необходима более активная связь экономики региона с образовательными учреждениями. Так, учитывая увеличивающийся спрос на специалистов в области медицины, сервиса и туризма, важным является обеспечение медицинских, санаторно-курортных организаций, а также иных субъектов экономики конкурентоспособными работниками, для чего необходимо создавать соответствующую образовательную площадку. И если учреждения среднего профессионального образования, имеющие хорошую ресурсную базу под специалистов в области гостиничного и ресторанного бизнеса, в принципе, сразу после окончания ВУЗа, могут приступить к работе, то у высших образовательных учреждений есть еще проблемы и с предоставлением практики, и с формированием профессиональных компетенций у обучающихся.

Целесообразным является создание на территории Кавказских Минеральных вод Центра компетенций работников медицинской, санаторно-курортной, туристской и обслуживающей сферы, позволяющего как контролировать запрос на отдельные специальности (направления подготовки), формировать заказы профильным образовательным организациям, так и готовить необходимых специалистов самостоятельно.

Повышению качества оказания услуг в сфере туризма и гостиничного сервиса должно способствовать принятие закона, принятого Государственной Думой 19 января 2018 года, и направленного на совершенствование правового регулирования предоставления гостиничных услуг и классификации объектов туристической индустрии.

Федеральным законом вводится обязательная классификация гостиниц, осуществляемая в настоящее время добровольно (за исключением установленных федеральными законами случаев), и уточняются требования к классификации гостиниц, горнолыжных трасс и пляжей. Классификация гостиниц, горнолыжных трасс и пляжей осуществляется теперь аккредитованными организациями. По результатам классификации гостиниц, горнолыжных трасс и пляжей выдаётся свидетельство о присвоении гостинице, горнолыжной трассе или пляжу определённой категории, которое действует три года. Уполномоченный федеральный орган исполнительной власти ведёт перечень аккредитованных организаций и единый перечень классифицированных гостиниц, горнолыжных трасс и пляжей и размещает сведения, содержащиеся в этих перечнях, на своём официальном сайте в сети интернет.

Федеральным законом предусматриваются основания для отказа в аккредитации организаций, осуществляющих классификацию гостиниц, горнолыжных трасс и пляжей, основания для отказа в классификации гостиниц, горнолыжных трасс и пляжей, а также основания для приостановления и прекращения действия свидетельства о присвоении гостинице, горнолыжной трассе или пляжу определённой категории.

В соответствии с Федеральным законом обязательная классификация гостиниц осуществляется поэтапно в зависимости от количества гостиничных номеров. При этом под гостиницей понимается средство размещения, в котором предоставляются гостиничные услуги и которое относится к одному из видов гостиниц, предусмотренных положением о классификации гостиниц, утверждённым Правительством Российской Федерации. При этом, к гостиницам не относятся средства размещения, используемые для осуществления основной деятельности организаций отдыха и оздоровления детей, медицинских организаций, организаций социального обслуживания, физкультурно-спортивных организаций, централизованных религиозных организаций.

Необходимо отметить, что за предоставление гостиничных услуг без свидетельства о присвоении гостинице определённой категории, а также за использование в рекламе, названии гостиницы и деятельности, связанной с использованием гостиницы, категории, не соответствующей указанной в свидетельстве, установлена административная ответственность.

Координацию развития отрасли туризма в Ставропольском крае осуществляет созданное в 2017 году Министерство туризма и оздоровительных курортов Ставропольского края, целью которого является осуществление в пределах своей компетенции государственного управления и нормативно-правового регулирования в сфере туристской деятельности, функционирования и развития курортов, реализация мероприятий, направленных на развитие особо охраняемого эколого-

курортного региона Российской Федерации – Кавказские Минеральные Воды.

Таким образом, комплексный подход к развитию туризма в Ставропольском крае и СКФО в целом, основанный на объединении организационных, законодательных и межотраслевых взаимосвязей позволит задать эффективный вектор развития отрасли, обеспечив устойчивую конкурентоспособную основу для развития огромного количества надотраслевых и подотраслевых направлений.

### Литература

1. Постановление ГД ФС РФ от 19.01.2018 N 3314-7 ГД «О федеральном законе «О внесении изменений в федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и Кодекс российской федерации об административных правонарушениях в целях совершенствования правового регулирования предоставления гостиничных услуг и классификации объектов туристской индустрии» (Проект N 69251-7). – Режим доступа: <https://duma.consultant.ru/documents/3723455>. 2. Постановление Правительства Ставропольского края от 15 сентября 2017 г. N 378-п «Об утверждении положения о Министерстве туризма и оздоровительных курортов Ставропольского края» (в ред. постановлений Правительства Ставропольского края от 16.10.2017 N 410-п, от 20.10.2017 N 416-п) – Режим доступа: <http://mintourism26.ru>. 3. Морозенко Н.В. Потенциал развития туристической сферы Ставропольского края и направления его государственной поддержки // Молодой ученый. – 2015. – № 23. – С. 607-612. – URL <https://moluch.ru/archive/103/24079/>. 4. Минкавказ: Стратегия развития туризма СКФО станет первым шагом к общероссийской стратегии. Режим доступа: [https://news.rambler.ru/travel/38404221/medium=read\\_more\\_source=copylink](https://news.rambler.ru/travel/38404221/medium=read_more_source=copylink)

**Мухарямова О.А., Савченко І.П. Інтеграційні проекти як фактор підвищення ефективності реалізації стратегії розвитку туризму в регіоні**

*Розглянуто особливості інтеграційних проектів у рамках Стратегії розвитку Ставропольського краю з метою підвищення ефективності планування Кавказьких мінеральних вод як форми розвитку території.*

**Ключові слова:** *Ставропольський край, стратегія розвитку регіону, туризм, проектний підхід.*

**O. Mukharyamova, I. Savchenko Integration projects as the factor of increase of efficiency of realization of strategy of development of tourism in the region**

*The article considers the features of integration projects in the framework of the Strategy of development of Stavropol Krai with the purpose of increase*

*of efficiency of planning of Caucasian Mineral waters as a form of development of the territory.*

**Key words:** *Stavropol region, the development strategy of the region, tourism, project-based approach.*

УДК: 338.48 : 330.341.1 : 332.1

**Овчаренко Людмила Александровна,**

*кандидат экономических наук,  
доцент кафедры туризма*

*ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы  
при Главе Донецкой Народной Республики»*

*[Taronidhidas2012@yandex.ua](mailto:Taronidhidas2012@yandex.ua)*

**Гусак Андрей Сергеевич,**

*кандидат экономических наук,  
доцент кафедры туризма*

*ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы  
при Главе Донецкой Народной Республики»*

*[barvaz71@mail.ru](mailto:barvaz71@mail.ru)*

## **ИННОВАЦИИ В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЕ КАК УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОЙ ОТРАСЛИ ЭКОНОМИКИ В ДНР**

*В работе дана оценка состояния и перспектив развития туризма в Донецкой Народной Республике. На примере создания тематического парка обоснована целесообразность формирования в регионе туристско-рекреационного комплекса, ориентированного на создание устойчивых конкурентных преимуществ на основе инновационных подходов.*

**Ключевые слова:** *инновации, туризм, рекреация, экономика, тематический парк, туристско-рекреационный комплекс.*

В настоящее время перед ДНР стоит актуальная задача – как интегрировать одну из наиболее прибыльных и быстроразвивающихся отраслей мировой экономики – туризм – в экономику региона. В условиях политической изолированности государства, ограниченности его территории и отсутствия рекреационных ресурсов самого высокого порядка это возможно осуществить только при условии применения инновационных подходов.

Инновации в туристско-рекреационной сфере могут быть разнообразными – от технологических и информационных до новых форм обслуживания и современной туристско-рекреационной инфраструктуры.

Опыт показывает, что привлекательность мировых туристских дестинаций во многом определяется степенью развитости сферы развлечений, причем традиционные средства развлечений уступают место новым формам, предполагающим активные виды отдыха и высокую познавательную ценность. Туристам уже мало роли только зрителей и слушателей, они хотят участвовать в интересующих их процессах. Проживание в «гостиницах» или других средствах размещения эпохи древнего мира или средневековья, примерка одежды людей тех времен, приготовление и дегустация блюд, участие в различных обрядах, ритуалах и исторических событиях – делает отдых ярким и незабываемым.

В каких формах туризм может быть представлен в ДНР и каковы его перспективы в государстве? Высказываются разные мнения. Ряд исследователей считает, что визитной карточкой республики может стать военный туризм. Отчасти такое утверждение верно, но только при условии грамотной проработки данного направления. Например, создание специализированного интерактивного тематического военного парка. Туристам следует предложить не только возможность пассивного лицензирования памятников, военной техники и других важных элементов, но и возможность активного участия в различного рода мероприятиях. Среди наиболее популярных в настоящее время форм можно назвать, например, реконструкции реальных военных событий и военные игры.

Некоторые исследователи говорят о перспективах промышленного, а также других форм познавательного туризма. Направление перспективно, опять-таки при условии его грамотной проработки.

Но даже при условии максимально эффективной проработки различных форм познавательного туризма, ДНР не сможет сделать туризм одной из самых развитых отраслей республики и тем более решить проблему отдыха собственного населения. Почему? Ответ закономерен. Его подтверждает даже мировая статистика – более половины туристских потоков мира формируются благодаря рекреационному туризму (это в первую очередь купально-пляжный и санаторно-курортный туризм). Именно он является основой и базисом, благодаря которому развиваются и вспомогательные познавательные формы туристской деятельности. Встречаются в мире и исключения, но в этом случае, как правило, речь идет о широко раскрученных, грамотно «пропиаренных» объектах или мероприятиях историко-культурного, художественного или развлекательного характера. В ДНР нет ни Эйфелевой башни, ни статуи Свободы, зато есть уникальный парк кованых фигур, аналогов которому в мире нет. Но все-таки даже такой великолепный объект не сможет обеспечить устойчивых туристских потоков в республику, его можно рассматривать как дополнительную туристскую аттракцию. То же самое можно сказать и о других замечательных объектах историко-культурного, художественного характера на территории республики. Итак, необходим базис – рекреационный туризм.

Ситуация, которая в настоящее время сложилась в ДНР, практически парализовала либо сделала неполноценным отдых большей части населения. Привычные туристско-рекреационные зоны, расположенные за пределами республики, по тем или иным причинам недоступны для большинства жителей. Речь идет о рекреационной зоне, которая включает треугольник «Святогорск – Славянск – Красный Лиман» (недоступны по политическим причинам), а также о курортах Крыма (финансовые причины). Отсюда актуальная задача для ДНР – поиск новых и благоустройство существующих туристско-рекреационных территорий. С этой целью необходимо:

1. Сформировать генеральную схему туристско-рекреационных зон республики, утвердить ее на законодательном уровне и разработать соответствующее нормативно-правовое обеспечение;

2. Разработать проекты туристско-рекреационных центров на основе имеющихся природных и созданных природно-антропогенных рекреационных ресурсов.

В условиях ограниченного бюджетного финансирования необходимо активно привлекать к процессу формирования туристско-рекреационного комплекса страны силы учащейся молодежи, преподавателей и активистов. Учебный процесс должен быть ориентирован не просто на передачу каких-то знаний и умений молодому поколению, но и на создание и практическое воплощение прогрессивных бизнес и социальных проектов, способных повлиять на качество жизни населения ДНР, повысить уровень развитости инфраструктуры и т.д.

3. Решить вопрос о финансировании разработанных проектов. Это можно осуществить на основе государственно-частного партнерства (механизм одного из вариантов такого сотрудничества автор уже рассматривал [1]).

4. Реализовать проекты туристско-рекреационных центров.

Формирование туристско-рекреационного комплекса республики должно ориентироваться на создание устойчивых конкурентных преимуществ на основе инновационных подходов. Такая государственная политика позволит не только решить проблему отдыха и оздоровления населения ДНР и ЛНР, но и обеспечит приток доходов от экспорта туристских услуг. Азовское побережье – традиционная туристско-рекреационная зона для граждан России и это рынок сбыта, потребности которого мы можем удовлетворить при условии повышения конкурентоспособности туристско-рекреационного продукта ДНР. При реализации данных условий возможно решить актуальную для ДНР задачу отдыха населения и превратить туризм в одну из главных отраслей экономики.

Одним из наиболее популярных видов развлекательного туризма можно считать тематические парки, характеризующиеся огромным разнообразием существующих форм. Создание историко-культурного те-



матического парка на территории ДНР может рассматриваться как перспективное направление, которое не только добавит привлекательности купально-пляжному отдыху в ДНР, но и обеспечит приток доходов за счет экспорта туруслуг отдыхающим из России [2]. Тематический парк может называться, например, «Меотида» (как один из вариантов) и включать несколько секторов, например, «Скифские поселения», «Сарматские поселения», «Поселения киммерийцев», «Греческие поселения», «Русичи», «Поселение амазонок» (по легенде, именно в приазовских и причерноморских степях обитали амазонки). Каждый сектор характеризуется уникальностью элементов быта и разнообразными развлекательными программами, показательными выступлениями, мастер-классами (например, верховой езды, стрельбы из лука, гончарного мастерства, резьбы по дереву, кулинарного искусства и т.д.). Посещение парка может ограничиваться 1 днем (в этом случае посетитель приобретает гостевой флайер) или несколькими днями (в этом случае могут действовать абонементы на n-е количество дней). Если пребывание гостя носит длительный характер (более 1 дня), он поселяется в один из секторов парка в традиционное средство размещения – сезонную палатку, стилизованную под типичные жилища кочевых племен (актуальны только в теплое время года), или в более капитальное жилое сооружение, предназначенное для проживания в теплое и в холодное время года, снабжается традиционной одеждой и знакомится с Уставом парка и правилами поведения на его территории.

Расположить тематический парк лучше всего возле берега моря (могут быть организованы пункты проката и прогулки на плавсредствах прошлых эпох). Предлагаемое месторасположение – недалеко от пгт Седово (например, между с. Обрыв и границей с Российской Федерацией). Месторасположение не случайно, так как в этой зоне ничего нет, достаточно площади для формирования парка любого размера (на перспективу), а близость к Российской границе позволит отдыхающим из России навещать Парк с минимальными потерями времени (в том случае, если они остановились на отдых на территории РФ). Отрицательным фактором для запланированного месторасположения парка является отсутствие в этой зоне пляжной полосы и условий для купально-пляжного отдыха (за с. Обрыв вплоть до границы с Россией побережье представляет собой обрыв с узкой полосой пляжа, при этом мелководье тянется на несколько сот метров). Эту проблему можно решить несколькими способами. Один из них – это запуск рейсового автобуса вдоль побережья через территорию пгт Седово до парка (интервал движения автобуса можно откорректировать по факту). Это сделает парк более доступным для отдыхающих из пгт Седово и даст возможность комбинировать познавательно-развлекательный туризм и купально-пляжный. Но в перспективе все же стоит задача обустройства пляжей, спусков к ним и очистка дна от иловых отложений в зоне разме-

щения парка. Такие технологии существуют, но требуют значительных финансовых вливаний. Либо второй вариант – создание «пирсов» или специальных платформ на сваях, которые можно будет использовать для комфортного преодоления мелководья, а также как альтернативу пляжам – место расположения шезлонгов и принятия солнечных ванн. На перспективу следует предусмотреть возможность размещения и аренды индивидуальных плавсредств (лодок, катамаранов и др.), а также возможность круизных прогулочных путешествий вдоль побережья на судах, стилизованных под древние времена.

Важным моментом является то, что затраты на создание такого парка на первом этапе могут быть небольшими: легкие сборные сооружения, палатки могут временно заменить капитальные сооружения. В перспективе инфраструктура парка должна развиваться. В буферной зоне (на прилегающей к парку территории) следует располагать сопутствующую инфраструктуру: спортивные комплексы, игровые и детские площадки, фитнес-центры, спортивные секции, аквапарк и так далее. Следует предусмотреть строительство комфортабельных учреждений отдыха в буферной зоне парка для тех, кто не сможет выдержать «спартанских условий кочевой жизни», но захочет задержаться более суток. Оптимальный вариант – это создание нескольких гостиничных зон, рассчитанных на разное количество и разный контингент гостей. В будущем следует предусмотреть создание необходимой инфраструктуры для проведения массовых мероприятий научно-практического характера (форумов, конференций и т.д.). Парк не должен «замыкать» туристов в пределах своей территории, а должен стать центром развития массового туризма в Новоозовском районе и в целом по республике. Должна быть реализована возможность организации экскурсий и походов разных видов и разной сложности. Парк может стать местом проведения ярмарок, фестивалей, карнавалов и других массовых развлекательных мероприятий. Посетители парка должны иметь возможность приобретать копии оригинальных вещей, одежду и сувениры. Зона специализированных сувенирных лавок должна быть вынесена в буферную зону парка для сохранения «чистоты» тематических зон от признаков современного быта. Обладая различными ресурсами, парк будет иметь хорошие возможности создавать оригинальные турпродукты, а также работать с разными категориями населения ДНР и ЛНР, а также гостей из России и максимально снизить влияние сезонности за счет круглогодичного цикла функционирования объекта. Во время школьных каникул наполняемость парка может обеспечиваться, главным образом, за счет школьников, в этот период должны действовать специальные школьные абонементы. Знание своей истории, своих корней – это источник патриотизма и залог стабильности в государстве. Парк такого типа – это не просто хорошее содержательное времяпрепровождение, это часть образовательного процесса и эффективный элемент

воспитания молодого поколения. А еще – источник пополнения местных и государственного бюджетов, рабочие места и эффективное вложение капитала.

### Литература

**1. Овчаренко Л.А.** Туристско-рекреационная отрасль экономики ДНР в ускоренном социально-экономическом развитии региона // Управление в XXI веке: сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции (НИУ «БелГУ», 1 ноября 2017 года) / отв. ред. В.М. Захаров. – Белгород : ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2017. – 330 с. – С. 292–297. **2. Овчаренко Л.А.** Формирование устойчивых конкурентных преимуществ региона в туристско-рекреационной сфере / Л.А. Овчаренко, А.С. Гусак // Современные тенденции развития туризма и индустрии гостеприимства: Материалы 1 Междунар. науч. – практ. конф. 26-28 апреля 2017 г., г. Донецк / Милмолспорттуризма ДНР, Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского; [редкол.: Азарян Е.М. (предс. оргком.) и др.]. – Донецк: [Милмолспорттуризма, ГО ВПО «ДонНУЭТ»], 2017. – С.182-185

### **Овчаренко Л.А., Гусак А.С. Інновації в туристсько-рекреаційній сфері як умова формування конкурентоспроможної галузі економіки в ДНР**

*В роботі дана оцінка стану і перспектив розвитку туризму в Донецькій Народній Республіці. На прикладі створення тематичного парку обґрунтовано доцільність формування в регіоні туристично-рекреаційного комплексу, орієнтованого на створення стійких конкурентних переваг на основі інноваційних підходів.*

**Ключові слова:** інновації, туризм, рекреація, економіка, тематичний парк, туристсько-рекреаційний комплекс.

### **Ovcharenko L., Gusak A. Innovations in the Tourist and Recreation Field as a Condition for a Competitive Branch of Economy Formation in the DPR**

*An estimation of the tourism development state and prospects in the Donetsk People's Republic is presented in the paper. On the example of creating a theme park, the expediency of forming a tourist and recreational complex is grounded in the region. It has to be based on the creation of sustainable competitive advantages given with the innovative approaches.*

**Key words:** innovations, tourism, recreation, economy, a theme park, tourist and recreational complex.

**Попова Инна Владимировна,**  
ассистент кафедры туризма, гостиничного и  
ресторанного дела  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[79802457387@yandex.ru](mailto:79802457387@yandex.ru)

## **ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ КАК ВАЖНЕЙШИЙ КОМПОНЕНТ ИМИДЖА ГОСТИНИЦЫ**

*В статье изучены основные элементы фирменного стиля, как важнейшего компонента имиджа гостиницы. Определены правила при формировании названия и логотипа гостиницы. Проанализирован процесс формирования фирменного стиля отеля «Shelfort». Даны рекомендации по улучшению имиджа отеля.*

**Ключевые слова:** гостиница, имидж, фирменный стиль, товарный знак, логотип, потребитель, концепция.

Основной задачей гостиничного предприятия является привлечение клиентов и создание высочайшего уровня предлагаемого сервиса. Высококачественное обслуживание своим клиентам могут предложить только те гостиницы, которые целенаправленно формируют образ в представлении аудитории, выделяющий определенные ценностные характеристики и призванный оказывать психологическое воздействие на потребителей в целях рекламы. Таким «образом» гостиницы, в представлении целевых аудиторий, является имидж. Позитивный образ гостиницы создается основной деятельностью предприятия и рекламно-информационной работой. Это фактор доверия клиентов, как к самой гостинице, так и к ее услугам а, следовательно, фактор процветания предприятия, его владельцев и персонала.

Актуальность темы обусловлена тем, что имидж является одним из важнейших образов в глазах потребителей, благодаря которому формируется первоначальное мнение о предприятии в целом и о его услугах. Только позитивный имидж повышает конкурентоспособность, привлекает потребителей и партнеров, ускоряет темпы продаж.

Проблемам формирования имиджа предприятия посвящено множество работ как зарубежных, так и отечественных авторов. Среди которых Ф. Котлер, С. Блек, Л. Браун, Б. Джи, Т. Кеглер, В. Королько, Г. Почепцов, А. Зверинцев и др.

Целью научной статьи является изучение основных элементов фирменного стиля, как важнейшего компонента имиджа гостиницы, опреде-

ление правил при формировании названия и логотипа гостиницы, а также анализ процесса формирования фирменного стиля отеля «Shelfort».

Одним из важнейших аспектов формирования имиджа гостиницы является ее фирменный стиль. Фирменный стиль – это лицо гостиницы и первое с чем сталкивается потребитель при взаимодействии с предприятием. А первое впечатление, как известно, самое важное. Сегодня фирменный стиль – это важная составляющая позитивного имиджа гостиницы, а значит - повышение продаж и доверие клиентов.

Необходимость в фирменном стиле обусловлена тем, что он дает возможность установить контакт с потенциальными потребителями, и запомниться им, используя при этом определенные визуальные приемы, которые помогут объединить продукт (услугу) предприятия в единую узнаваемую и уникальную концепцию [1].

Фирменный стиль – это использование единых принципов оформления, цветовых сочетаний и воображений для всех форм рекламы, деловых бумаг, технической и другой документации, офиса, а иногда одежды сотрудников [2, с. 415].

К основным элементам фирменного стиля гостиницы можно отнести:

- название гостиницы;
- логотип гостиницы;
- товарный знак гостиницы;
- фирменные цвета, которые могут быть использованы при изготовлении фирменной продукции (визитки, листовки, буклеты, флаеры);
- фирменные шрифты;
- макеты фирменных бланков гостиницы, корпоративных и личных визиток, фирменных папок, печати;
- фирменную одежду (униформу).

Название и логотип гостиницы являются важными атрибутами ее привлекательности для гостей. В первую очередь это касается тех гостей, которые впервые выбирают для себя данную гостиницу. Важным на этом этапе, в работе гостиницы, является оригинальность в названии и логотипе, так как это практически единственные элементы фирменного стиля, когда еще нет отзывов гостей, отсутствует известность среди потребителей, которые впоследствии позволят повысить ее привлекательность.

Для того чтобы название и логотип действительно были оригинальными и запоминающимися необходимо руководствоваться, на наш взгляд, некоторыми правилами:

1) в первую очередь название и логотип должны работать на целевую аудиторию;

2) название и логотип должны отвечать разработанной концепции отеля;

3) название и логотип должны быть уникальными, следовательно, координально отличаться от названий других гостиниц;

4) название гостиницы должно быть не громоздким, для того, чтобы гость мог его быстро запомнить и легко произносить;

5) в логотипе предлагается использовать минимум цветов;

6) название и логотип гостиницы должны визуальнo сочетаться друг с другом;

6) логотип должен легко определяться в черно-белом варианте при отправке по факсу;

7) название должно адекватно восприниматься на слух иностранными гостями;

8) название и логотип гостиницы должны быть запатентованы.

Очень часто потребители отождествляют такие понятия, как «логотип» и «товарный знак», но это не так.

Логотип – это оригинальное изображение (рисунок, цвет, и т.д.), которое используется как символ организации или ее продукта [2, с. 382]. Здесь важно знать, что логотип может не иметь какую либо юридическую защиту, и может не являться торговой маркой и товарным знаком.

В свою очередь, если обратиться к словарю экономических терминов, то товарный знак – это обозначение, проставляемое на товаре или на его упаковке. Служит для выделения однородных товаров и их производителей. Выполняет функции гарантии качества и рекламные. Регистрируется государством [3, с. 158].

Товарный знак является своеобразным символом, указывающим, кто несет за данный товар ответственность [4, с. 153]. Поэтому в случае удовлетворения ожидания от пребывания в гостинице в следующий раз потребитель будет руководствоваться просто товарным знаком. Товарный знак служит своеобразным ориентиром при выборе той или иной гостиницы.

Другой важной функцией товарного знака, следуя определению, является выделение услуг данной гостиницы из многообразия однородных услуг других гостиниц. Эта функция товарным знаком может быть осуществима лишь в том случае, если он обладает «различительной способностью», то есть существенно отличается от фирменных элементов других гостиниц и хорошо запоминается. Право на товарный знак является абсолютным, а это значит, что автоматически исключается его использование другими субъектами. Незаконное использование товарного знака другими субъектами является правонарушением и преследуется законом.

Следовательно, товарный знак это юридически зарегистрированная торговая марка, которая включает в себя: логотип, название, цвет и шрифт, форму упаковки, звуки, цифры, рекламные слоганы, то есть уникальные и индивидуальные элементы фирменного стиля.

При разработке фирменного цвета и шрифтов необходимо придерживаться выбранной концепции гостиницы, основных цветов отделки, учитывать, насколько выбранные цвет и шрифт будут гармонировать с

дизайном гостиницы, и насколько хорошо будет смотреться печатная продукция с использованием этих элементов фирменного стиля.

На практике существует множество примеров успешной разработки фирменного стиля гостиниц, отелей, малых отелей, гостевых домов. Рассмотрим процесс формирования названия и логотипа на примере отеля «Shelfort», Санкт-Петербург.

Отель «Shelfort» был основан в 2001 году. Это небольшой уютный отель бизнес-класса, категории 3 звезды, который расположен в центральной части Санкт-Петербурга. Он предназначен для размещения небольших групп и индивидуальных туристов. Но основная целевая аудитория отеля – это российские и зарубежные бизнесмены. Номерной фонд отеля представлен 15 номерами, из которых 4 одноместных, 9 двухместных и 2 двухкомнатных номера класса «Люкс». Отель является членом Российской Гостиничной Ассоциации и участником проекта Best Eastern Hotels. Кроме этого отель является членом Национальной Академии Гостеприимства. Символом отеля является улитка, которая всегда остается дома, где бы она ни находилась [5].

На подготовительном этапе работ по определению названия отеля были сформированы следующие требования:

- основная целевая группа (иностранцы и российские бизнес-туристы);
- отель позиционирует себя по принципу «вы не в гостинице – вы в гостях», то есть постояльцы должны ощущать себя как дома;
- название и логотип должны быть запатентованы;
- название должно быть приятно на слух, как российскому гостю, так и гостям из Европы, США и других англоязычных стран.

На начальном этапе разработки названия отеля было решено создать уникальное новое слово. При этом главным условием создания является поиск слова, которого бы ни было, ни в русском, ни в английском языках. Такое слово служило бы гарантией патентования названия отеля. Для создания нового слова решили использовать несколько слов английского языка, так как основная целевая группа использует этот язык для международного общения.

Далее началась работа по подбору английских слов, которые могут ассоциироваться со следующими понятиями: «дом», «уют», «свой дом», «мой дом — моя крепость», «близость к дому», «дом, который всегда с тобой».

В процессе разработки появилась идея использовать понятие улитки, которая всегда находится рядом со своим домом, носит его с собой и, никогда не имеет проблем со сменой уютной домашней обстановки. Образ улитки как нельзя лучше отвечал основной концепции отеля.

По-английски «улитка» - snail, что звучит не вполне мягко для русского уха, поэтому логическим продолжением работ стал поиск понятия,

близкого к понятию «улитка». Появился ассоциативный ряд: улитка – моллюск – ракушка. «Ракушка» по-английски – shell. Кроме того, в английском языке существует близкое по звучанию к слову «shell» слово «shelter», что означает «убежище, пристанище». Такое понятие также отвечает требованию по соответствию концепции отеля.

После этого началась работа по поиску второй части названия отеля. Вспомнили про английское выражение «мой дом – моя крепость». «Крепость» – вот необходимая концовка, которая на уровне подсознания англоговорящего туриста подтвердит ему безопасность и конфиденциальность, которые обеспечивает данный отель.

В результате долгой и плодотворной работы, при совмещении двух частей слов появилось название «Shelfort». Название было проверено с помощью специальной программы на то, как на такое сочетание звуков реагируют отечественные и зарубежные туристы. Конечным результатом этих разработок послужило создание логотипа, в основу которого положено стилизованное изображение улитки (Рисунок 1).



Рисунок 1. Логотип отеля «Shelfort» [4]

В качестве фирменного цвета был выбран зеленый, как мягкий спокойный цвет, отвечающий кроме всего прочего, основным цветам отделки холлов отеля. В части полиграфических материалов, где дизайн требовал использования зеленого фона страницы, логотип размещался на этом фоне белым.

Шрифт логотипа был сделан на основе шрифта *Renfrew* с некоторыми переделками, необходимыми для придания ему большей совместимости с логотипом. Название и логотип были запатентованы как в русском, так и в английском написании [4, с. 156].

Анализ процесса создания фирменного стиля отеля «Shelfort» позволяет нам сделать вывод о грамотно разработанной концепции отеля специалистами в области маркетинга. Этому свидетельствуют положительные отзывы постояльцев отеля и клиентов, которые в первый раз посетили гостиницу [5]. В частности, среди положительных отзывов от-



мечаются уютная домашняя атмосфера, не бросакая цветовая гамма в элементах интерьера и мебели, которая способствует отдыху и приятному время проведению. Каждая деталь интерьера вызывает улыбку и положительные эмоции. А небольшие статуэтки улиток в холле и номерах отеля являются неким психологическим ходом, напоминающем гостям о безопасности и домашнем уюте. Данной концепции придерживается и персонал отеля, деятельность которого также высоко отмечается в отзывах гостей.

Но для того, чтобы оставаться долгое время конкурентоспособными на рынке гостиничных услуг, необходимо постоянно работать над совершенствованием своего имиджа. Поэтому в качестве рекомендаций, клиенты отеля «Shelfort», предлагают улучшить работу Интернет-ресурса с подробным описанием дополнительных услуг. Предлагается, в частности, расширить информацию о предоставляемых отелем экскурсиях, для того, чтобы заранее можно было спланировать каждый день пребывания в этом замечательном городе.

Таким образом, на примере отеля «Shelfort», мы убедились в значимости успешного формирования фирменного стиля гостиницы и влияние позитивного имиджа на конкурентоспособность, и доверие клиентов.

### Литература

**1. Туэмлоу Элис** «Графический дизайн: Фирменный стиль – новейшие технологии и креативные идеи», Пер. с англ. / Э. Туэмлоу. – М. : Издательство Астрель, АСТ, 2006. **2. Мунин Г.Б.** Маркетинг туризма: Учебн.пособ. / Г.Б. Мунин, З.И. Тимошенко и др. – Ч. II. – К. : Изд-во Европ. ун-та. – 2006. – 427 с. **3. Словарь-справочник:** экономика, внешняя торговля, выставки / авт. – сост. П.А. Кошель, под общ. ред. В.Л. Малькевича. – М. : о-во сохранения лит. наследия, 2012. – 344 с. **4. Мусакин А.А.** Малый отель: с чего начать, как преуспеть. Советы владельцам и управляющим / А.А. Мусакин. – СПб. : Питер, 2007. – 320 с. **5. Тонкости** туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tonkosti.ru/>, свободный. – Загл. с экрана. (дата обращения: 06.12.2017). **6. Котлер Ф.** Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник / Ф. Котлер. – 4-е издание – М. : Юнити-Дана, 2007. – 1071 с.

### **Попова І. В. Фірмовий стиль як найважливіший компонент іміджу готелю.**

*У статті вивчено основні елементи фірмового стилю, як найважливішого компонента іміджу готелю. Визначені правила при формуванні назви і логотипу готелю. Проаналізовано процес формування фірмового стилю готелю «Shelfort». Дано рекомендації з поліпшення іміджу готелю.*

**Ключові слова:** готель, імідж, фірмовий стиль, товарний знак, логотип, споживач, концепція.

***I. Popova Signature style as an essential component of the image of the hotel.***

*In the article the basic elements of corporate identity, as an essential component of the image of the hotel. Rules are defined during the formation of the name and logo of the hotel. Analyzes the process of formation of corporate identity of the hotel «Shelfort». Recommendations on improving the image of the hotel.*

**Key words:** *hotel, image, corporate identity, trademark, logo, user, concept.*

УДК [338.488.2:640.4]: 005.95

**Селина Виктория Анатольевна,**  
*магистрантка 2 курса специальности «Гостиничное дело»,  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»  
[selinaviktoriya1993@gmail.com](mailto:selinaviktoriya1993@gmail.com)*

*Научный руководитель – ассистент  
кафедры туризма, гостиничного  
и ресторанного дела  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»  
Попова Инна Владимировна*

**МОТИВАЦИЯ КАК ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ  
ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ ИНДУСТРИИ  
ГОСТЕПРИИМСТВА**

*В статье определена роль мотивации персонала на предприятии индустрии гостеприимства. Рассмотрены основные методы мотивирования персонала. Предложены рекомендации по улучшению развития мотивации персонала на предприятии индустрии гостеприимства.*

**Ключевые слова:** *система управления, мотивация, стимул, потребности, корпоративная культура, трудовой процесс.*

В настоящее время в связи с прогрессирующей ролью личности сотрудника на предприятии индустрии гостеприимства особое место отводится вопросу стимулирования трудовой деятельности.

В наши дни трудовая деятельность и мотивация трудовых ресурсов является одним из наиболее существенных направлений развития гостиничного предприятия. Мотивация направлена на продуктивное применение способностей, умений и навыков работников согласно

целям предприятия, образование творческого трудового коллектива, готового к возобновлению и совершенствованию. Мотивация персонала всегда являлась частью корпоративной культуры предприятия. Подбирая индивидуальные стимулы для различных категорий сотрудников, можно управлять продуктивностью и результатами команды в целом. Мотивация также должна учитывать стратегические цели предприятия, особенности корпоративной культуры, долгосрочные планы развития. Совокупность этих факторов влияет на построение и корректировку системы мотивации персонала на предприятии [1, с. 219].

Цель исследования – выявить роль мотивации персонала на предприятии индустрии гостеприимства, обозначить основные методы, определить способы развития мотивирования сотрудников.

Проблема мотивации персонала сегодня широко рассматривается в трудах отечественных и зарубежных ученых, среди которых: О. АLEXИНА, И. Гущина, Е. Добролюбов, Н. Махорт, В. Цветаев и др.

Сложность заключается в том, что классические теории мотивации не приспособлены и не систематизированы в современности, это и затрудняет их практическое применение. Также сложностью применения системы мотивирования можно считать недостаточную изученность особенностей мотивации сотрудников в различных сферах экономики, так как имеются свои характерные отличительные черты.

Основная цель процесса мотивации – это получение максимальной отдачи от использования имеющихся трудовых ресурсов, что позволяет повысить общую результативность и прибыльность деятельности предприятия [2, с. 42].

Управление персоналом включает множество компонентов, среди которых взаимоотношение в коллективе, социально-психологические аспекты управления. Центральное место здесь занимает повышение производительности стимулирования и мотивация персонала. Ни одна система управления не будет работать должным образом без грамотно разработанной эффективной модели мотивации персонала, потому как мотивация направляет как отдельного сотрудника, так и целый коллектив к достижению и реализации личных и коллективных целей.

Мотивированный сотрудник – тот, у которого «горят глаза», он воодушевлен, занимаясь любимым делом, который приносит ему не только доход, но и моральное удовлетворение. Он постоянно совершенствует свои навыки, тем самым помогая предприятию повысить свой статус.

Существуют различные методы мотивирования персонала индустрии гостеприимства, они комбинируются и применяются в зависимости от уровня проработанности системы мотивирования и от общей системы управления, а также особенностей его функционирования.

Традиционно выделяют следующие методы мотивации персонала [3, с. 127]:

- материальное поощрение;
- организационные методы;
- морально-психологические.

Рассматривая группу материальных стимулов, следует обозначить, что наиболее распространенной формой является премия. Её рационально выплачивать ежегодно, для сохранения таким образом мотивирующей функции. Премию рассчитывают заранее в процентном соотношении от заработной платы.

Удовлетворенность материальным вознаграждением, его оправданное заслуженное поощрение в качестве премии мотивирует инициативу сотрудников, формирует преданность компании.

Бесспорно, ни одна система материального вознаграждения не может в полном объеме принимать во внимание некоторые особенности: характер, сложность труда, личный вклад работника, в связи с тем, что большинство трудовых обязанностей не указано в нормативно-правовых актах и должностных инструкциях [4, с. 87].

Потребности работника непрерывно модифицируются, потому нельзя полагать, что мотивация, которая подействовала один раз, станет результативной в будущем. С развитием личности возрастают возможности, необходимость в самовыражении. Таким образом, можно сделать вывод, что процесс мотивации посредством удовлетворения нужд нескончаем. Как было рассмотрено ранее, помимо материальных выделяют также морально-психологические и организационные способы мотивации.

К организационным можно отнести:

- привлечение сотрудника к трудовому процессу предприятия, которое подразумевает, что им предоставляется право голоса при решении определенных проблем;
- перспектива приобретения новых умений, навыков, знаний, которые помогают почувствовать сотруднику уверенность в завтрашнем дне;
- обогащение содержания труда, представляющее собой получение значимой, нужной, важной работы сотрудниками, раскрывающее их творческий и профессиональный потенциал, расширяя их кругозор с последующими перспективами профессионального роста.

Морально-психологические методы включают:

- создание условий, содействующих формированию профессиональной гордости, индивидуальной ответственности за свой труд, ощущение ценности результатов;
- предоставление возможности проявить себя в труде. Обеспечение сотрудникам возможности раскрыть свой потенциал с помощью индивидуальных интересных заданий;
- личное и публичное признание. Сюда относят ценные презенты, грамоты, благодарности, доска почета и т.п.;
- колоссальные цели, вдохновляющие персонал на плодотворный труд.

В любой задаче должен быть своеобразный вызов, побуждающий сотрудника к активной деятельности;

- доверительная и полная взаимоуважения, атмосфера. Морально-психологический климат на предприятии имеет важное значение, потому как именно он влияет на производительность и эффективность труда.

Как показывает практика, применение этих методов в комплексе либо различные их комбинации, могут способствовать активному мотивированию сотрудников и принести желаемый результат. Применение лишь экономического стимулирования не позволяет раскрыть творческий потенциал сотрудников. Для достижения наибольшей результативности следует применять и духовную мотивацию.

Мы предлагаем следующие рекомендации по развитию мотивации персонала на предприятии индустрии гостеприимства:

- 1) выработать в самих сотрудниках желание, стремление добиваться успеха в трудовой деятельности, полагаясь на свои знания, умения;
- 2) провести конкурсы для выявления лучших сотрудников с целью их дальнейшего поощрения в виде стажировки за границей, публичной благодарности, премии, надбавки к зарплате и т.д.;
- 3) признать сотрудника, его индивидуальность, создать условия для его творческой реализации;
- 4) устранить однообразность труда, его монотонность путем внедрения ротации кадров;
- 5) обеспечить сотрудника отдыхом, туристическими путевками, организацией коллективного времяпровождения, корпоративами и др.;
- 6) прислушаться к работникам по поводу изменений трудового процесса, внимать к их новым идеям, при надобности корректировать или внедрять их.

Данные рекомендации помогут выработать эффективную систему мотивирования персонала и обеспечат целесообразное использование трудовых ресурсов на предприятии индустрии гостеприимства.

Итак, подводя итог всему вышесказанному, можно сделать следующие выводы. Сегодня мотивации персонала на предприятии отводится ключевая роль. Для результативного управления персоналом следует определить, что движет сотрудником, какие мотивы им управляют при осуществлении трудовой деятельности. После проведенного исследования мы пришли к тому, что мотивация играет немаловажную роль как для каждого сотрудника предприятия, так и для всего предприятия в целом. Существуют различные методы мотивации персонала, но выстраивать определенную систему мотивирования можно лишь после детального исследования сотрудников, их мотивов и нужд.

## Литература

1. **Кнышова Е.Н.** Менеджмент гостеприимства: учебн. пособие / Е.Н. Кнышова, Ю.М. Белозерова. – М. : ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2011. – 512 с. 2. **Верещагина Л.А.** Психология потребностей и мотивация персонала / Л.А. Верещагина, И.М. Карелина. – Харьков, 2005. – 156 с. 3. **Шапиро С.А.** Мотивация и стимулирование персонала / С.А. Шапиро. – М. : ГроссМедиа, 2005. – 224 с. 4. **Егоршин А.П.** Мотивация трудовой деятельности: учебное пособие / А.П. Егоршин. – М. : Инфра-М; Издание 2-е, перераб. и доп. – 2012. – 464 с.

### **Селіна В.А. Мотивація як основний інструмент управління персоналом підприємства індустрії гостинності**

*У статті визначено роль мотивації персоналу у підприємстві індустрії гостинності. Розглянуто основні методи мотивування персоналу. Запропоновано рекомендації щодо поліпшення розвитку мотивації персоналу у підприємстві індустрії гостинності.*

**Ключові слова:** система управління, мотивація, стимул, потреби, корпоративна культура, трудовий процес.

### **V. Selina Motivation as the main tool of personnel management in the hospitality industry**

*The article defines the role of staff motivation in the hospitality industry enterprise. The main methods of staff motivation are considered. Recommendations are proposed to improve the development of staff motivation in the hospitality industry enterprise.*

**Key words:** management system, motivation, incentive, needs, corporate culture, labor process.

УДК [338.488.2:640.4]:339.146.4

**Тарабановская Светлана Викторовна,**  
кандидат экономических наук, доцент  
кафедры туризма, гостиничного и ресторанного дела  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[sveta160668@mail.ru](mailto:sveta160668@mail.ru)

## **ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ СБЫТА УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

*В статье раскрыты особенности формирования стратегии сбыта услуг предприятий индустрии гостеприимства, рассмотрены этапы разработки сбытовой стратегии гостиничного предприятия.*

**Ключевые слова:** *индустрия гостеприимства, услуга, стратегия сбыта, маркетинг, гостиница.*

Современные маркетинговые усилия не могут быть ограничены созданием высококачественного гостиничного продукта и установлением рациональной цены на него. Кроме этого необходимо еще довести продукт до потребителя. Для обеспечения эффективной реализации гостиничных продуктов и услуг гостиничное предприятие должно проводить комплекс мероприятий по формированию маркетинговой сбытовой стратегии. Ибо успех в гостиничном бизнесе измеряется количеством продаж, выражающихся в загрузке гостиницы, в средней цене за номер и в объемах полученного дохода [1].

Достижение максимально высоких показателей зависит от правильно проведенной сегментации гостиничного рынка и разработки, соответствующей стратегии сбыта (продаж), которая максимально полно соответствует потребностям выбранных сегментов.

Сегментация рынка и разработка стратегии сбыта гостиничных услуг являются ключевыми моментами маркетингового планирования. Однако при всей исключительной важности сбыта, от которого в конечном итоге зависит финансовый результат, следует учитывать, что маркетинговые исследования предшествуют продажам и от их эффективности зависит результативность продаж. В этой связи, в качестве важнейшей задачи гостиничных предприятий выступает проведение качественных маркетинговых исследований и выявление целевых сегментов, т.е. выявление потенциальных клиентов, которые составят основу клиентуры гостиничного предприятия.

Для того чтобы сформировать более или менее устойчивую группу потенциальных клиентов, целевой рынок, необходимо: четкое позиционирование гостиницы на рынке, выделение ее отличий и преимуществ перед другими гостиничными предприятиями; широкое декларирование выгод, которые получают целевые клиенты, приобретая эти услуги; применение разнообразных тактических приемов и способов продаж; широкие дисконтные программы гостиничных предприятий [2].

Разработка и реализация сбытовой стратегии решают два основных вопроса: выбор каналов сбыта гостиничных услуг; выбор посредников канала распределения гостиничных услуг.

Сбытовая стратегия гостиничного предприятия является составной частью комплекса маркетинга гостиницы, и она не может реализовываться самостоятельно в отрыве от других маркетинговых программ. Сбытовая стратегия должна быть тесно связана с общими целями и задачами гостиницы, согласована с внутренними стандартами и быть направлена на максимальное удовлетворение потребностей гостиничной клиентуры [3].

Сбытовая стратегия гостиничного предприятия разрабатывается на основе общей маркетинговой стратегии и включает следующие этапы, которые рассмотрим более подробно (Рисунок 1):



*Рисунок 1 – Этапы разработки сбытовой стратегии гостиничного предприятия*

Определение круга факторов, влияющих на организацию продаж, предполагает детальное изучение потребителей. Сегодняшняя индустрия гостеприимства ориентируется не на групповые, а на индивидуальные потребности. Гость имеет право «кроить» гостиничное предложение таким образом, чтобы получить продукт, отвечающий его личным потребностям. Такая ситуация предъявляет повышенные требования поставщикам услуг. Для этого необходимо устанавливать тесный контакт с клиентами.

Существует множество методов изучения характеристик клиентов и степени их удовлетворенности услугами [4]. Среди них по-прежнему первое место занимают анкеты, заполняемые гостями; компьютерные интерактивные технологии, к сожалению, еще не получили массового распространения в настоящее время в мире их используют 7 % гостиничных предприятий. Сегодня уже недостаточно предоставлять просто хороший сервис, нужно сделать акцент на политику удерживания постоянных клиентов.

Анализ информации и мнений гостей позволяет руководству гостиницы представить себе и оценить должным образом так называемый «опыт гостя» – общее впечатление от гостиницы. В процессе такой работы собирается большой объем информации, который ложится в основу клиентской базы гостиницы. Базовая статистическая информация, полученная из систем управления гостиницей, дает общее представление



о группах клиентов, например:

- по целям поездки: отдых, деловые клиенты, лечение, культурно-познавательный туризм, религиозные туры, частные цели и др.;
- по особенностям оплаты: группы, пользующиеся социальной поддержкой, семейные туристы, корпоративные клиенты, чиновники и др.;
- по демографическим признакам: молодежь, пенсионеры и др.;
- по объемам продаж: группы, индивидуалы;
- по срокам бронирования: с предварительным сроком бронирования, без предварительного бронирования (клиенты «от стойки»).

Собрать подробные данные о каждом клиенте, проследить его историю, выслать информацию о проводимых гостиницей специальных мероприятиях и программах поощрения постоянных клиентов, скидках и новых предложениях, определить дату и время встречи с потенциальными клиентами – все эти мероприятия должны быть спланированы и своевременно проведены, а их результаты должны быть собраны и сохранены в «банке данных о клиентах» гостиницы. Для этого отделы маркетинга и продаж должны располагать мощным и продуманным программным приложением. Программные приложения сбора и обработки информации для работы гостиниц с крупными групповыми и корпоративными клиентами называются системами управления продажами и мероприятиями – S&C (Sales&CateringSystems).

Исследования гостиничной клиентуры должны быть системными и достаточно глубокими. Широкое использование в современном гостиничном бизнесе систем бронирования привело к появлению в процессе продаж новых явлений и соответственно специфических типов клиентуры, данные о которых необходимо систематизировать и обобщать. К таким типам клиентов следует отнести:

- «go-show» – клиенты, покупающие номер без предварительного бронирования, без скидок;
- «no-show» – неявившиеся клиенты, клиенты» не аннулировавшие бронь или сделавшие это слишком поздно;
- «от стойки» – клиенты, покупающие номера «от стойки» и платящие обычно полный тариф;
- «бронирование в последнюю минуту» – клиенты, имеющие, как правило, высокие доходы, у которых время от времени складывается неотложная потребность в размещении. Обычно это вызвано незапланированными поездками делового характера.

Постановка целей сбытовой стратегии обычно увязывается с общими целями маркетинговой деятельности гостиницы. Главной целью сбытовой стратегии гостиницы является максимизация продаж несохраняемых гостиничных продуктов в реальном режиме времени; в свою очередь, максимальный объем продаж дает оптимальный экономический эффект.

Следующим этапом разработки сбытовой стратегии гостиничного предприятия является выбор каналов сбыта гостиничных продуктов, он осуществляется, исходя из целей и задач сбытовой политики. К важнейшим критериям выбора каналов можно отнести управляемость, гибкость, экономическую эффективность.

Заключительным этапом сбытовой маркетинговой стратегии является анализ и контроль продаж. В эпоху компьютерной обработки данных стало возможным оперативно контролировать и анализировать продажи, составляя регулярные аналитические сводки и обзоры, формирующие представление о параметрах деловой активности на краткосрочную, среднесрочную и долгосрочную перспективу. В сводках и обзорах отражают не только загрузку номерного фонда (в реальном времени или прогноз), но и структуру спроса (групповые туристы, корпоративные клиенты) и подсчет количества бронирований, время въезда – выезда клиентов, количество аннуляций или «no-show», а также объем продаж «от стойки». Полученные данные служат для прогноза колебаний расчетных финансово-экономических показателей в перспективе и дают возможность руководству гостиницы планировать объемы продаж, формировать ценовую стратегию, а также составлять прогноз будущих направлений деловой активности гостиницы. Анализ продаж в гостинице позволяет получить количественные и качественные параметры оценки эффективности применяемой маркетинговой стратегии.

Таким образом, рассматривая особенности формирования стратегии сбыта услуг предприятий индустрии гостеприимства были проанализированы этапы разработки сбытовой стратегии гостиничного предприятия. Дальнейшие исследования, в этом направлении, должны быть направлены в сторону практического использования рассмотренных этапов.

### Литература

- 1. Байлик С.И.** Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание: учеб, пособие / С.И. Байлик. – К. : Вира-Р, 2002. – 252 с.
- 2. Браймер Р.А.** Основы управления в индустрии гостеприимства: учеб, пособие / Р.А. Браймер. – М. : Аспект Пресс, 1995. – 384 с.
- 3. Егоров Ю.Н.** Основы маркетинга: учебник / Ю.Н. Егоров. – М. : НИЦ ИНФРА – М, 2014. – 272 с.
- 4. Котлер Ф.** Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз – М. : ЮНИТИ, 2003. – 1063 с.
- 5. Лавлок К.** Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок – Пер. с англ. М. : «Вильямс», 2008. – 983 с.
- 6. Лесник А.П.** Организация и управление гостиничным бизнесом / А.П. Лесник, А.В. Чернышев – М. : Инфра, 2007. – 239 с.
- 7. Шоннеси О.Д.** Конкурентный маркетинг: стратегический подход / пер. с англ. Д.О. Ямпольская – СПб. : Питер, 2007. – 857 с.

**Тарабановська С.В. Особливості формування стратегії збуту послуг підприємств індустрії гостинності**

*У статті розкрито особливості формування стратегії збуту послуг підприємств індустрії гостинності, що розглянуті етапи розробки збутової стратегії готельного підприємства.*

**Ключові слова:** індустрія гостинності, послуга, стратегія збуту, маркетинг, готель.

**S. Tarabanovsky Features of formation of strategy of marketing of services of hospitality industry**

*The article reveals the peculiarities of the formation of the sales strategy of hospitality industry services, considers the stages of the development of the sales strategy of the hotel enterprise.*

**Key words:** hospitality industry service, sales strategy, marketing, hotel.

УДК [330.322.3: 332.1]: 379.851

**Ткачук Петр Юрьевич,**

*кандидат экономических наук, доцент  
кафедры туризма, гостиничного и ресторанного дела  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[petertkachuk@mail.ru](mailto:petertkachuk@mail.ru)*

**МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ  
ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ  
ТУРИСТСКОЙ СФЕРЫ ЛУГАНСКОГО РЕГИОНА**

*В статье рассмотрено понятие инвестиционная привлекательность туристской сферы, приведена характеристика основных методик мониторинга инвестиционной значимости сферы туризма регионов, предложена система унифицированных индикаторов проведения мониторинга инвестиционной привлекательности, определены общие направления совершенствования методологического обеспечения оценки инвестиционной привлекательности туристской сферы Луганского региона.*

**Ключевые слова:** инвестиционная привлекательность туристской сферы, методика мониторинга инвестиционной привлекательности, система унифицированных индикаторов

Развитие экономических отношений в сфере туризма тесно связано с принципом экономического симбиоза и взаимной трансформации

экономических процессов. Посредством функционирования экономического механизма развития, часть налоговых отчислений возвращается в форме повышения уровня и улучшения качества жизни народонаселения, что формирует благоприятную социально-экономическую среду функционирования туристских компаний. Однако, учитывая специфику Луганского региона, экономическое положение туристической сферы во многом зависит от развития отраслей, образующих региональную экономическую систему. При развитии приоритетных и стратегически важных направлений экономики, сфера туризма незамедлительно будет реагировать повышением инвестиционной привлекательности. Важным моментом является то, что инвестирование в развитие туристской отрасли региона ведет к формированию социального эффекта, который трансформирует вложения в развитие человеческих ресурсов, повышение уровня здоровья, что в свой черед положительно влияет на всю экономическую систему.

В существующем социально-экономическом положении Луганщины, особую актуальность приобретают вопросы выбора методологических подходов к оценке инвестиционной привлекательности, формированию основ региональной инвестиционной политики сферы туризма и разработке повышения инвестиционной привлекательности туристского комплекса региона.

Поставленные вопросы формирования и развития инвестиционной деятельности в туристской сфере широко разработаны в трудах таких ученых как К. Асплунд, Е.И. Богданова, В.С. Боголюбов, С.А. Боголюбова [3], В.Г. Гуляев, М.А. Жуков Н.Д. Загорин [4], Г.А. Карпова, А.Т. Кириллова, Ю.В. Кузнецов, М.А. Морозов, И.А. Селиванов, С.А. Степанова [5], Ю.В. Темный, А.Д. Чудновский [6] и др.

Необходимо обозначить то, что на современном этапе развития экономической науки вопросы оценки инвестиционной привлекательности, разработки инвестиционных стратегий и анализа формирования эффективности инвестиционных потоков разработаны на достаточном уровне. Однако, научный вопрос состоит в адаптации существующих методик к особенностям системы экономических отношений определённых территорий, сфер и отраслей экономики, что сформировало цель исследования.

Проведя систематизацию и обобщение теоретических наработок по указанному направлению исследования, мы пришли к наиболее унифицированному понятию инвестиционной привлекательности региональной туристской сферы.

Инвестиционная привлекательность туристской сферы региона – это система взаимосвязанных, социально-экономически выгодных факторов для вложения инвестиций в сферу туризма, которая

характеризует благоприятный инвестиционный климат и перспективу экономической реализации инвестиций.

Наиболее авторитетными методиками мониторинга инвестиционной значимости регионов и сфер являются:

1. исследование особенностей инвестирования в различных регионах России под руководством эксперта Института торговой политики НИУ ВШЭ – Мартынова А.С.;
2. диагностика инвестиционного климата региональной экономики выполненная в Институте экономики Российской Академии Наук (ИЭ РАН);
3. оценка инвестиционных рисков регионов осуществленная Institute for Advanced Studies (IAS);
4. методология формирования индексов инвестиционной привлекательности составленная совместно аналитиками Экспертного института (Россия) и Центра по изучению России и Восточной Европы Бирмингемского университета Великобритании (методология ТАСИСС) [5, с. 248].

Для некоторых методологий и методик присуще использование довольно широкого круга частных статистических показателей наряду с экспертными оценками, которые имеют бальное выражение. Также часто используются интегрированные показатели, где данные статистики преобразуются в баллы для однородного выражения с результатами экспертных оценок. Для методологии ТАСИСС, применение субъективных оценок экспертов недопустимо, поэтому используются только статистические индексы. Наряду с таким неоспоримым преимуществом как устранение субъективных оценок, эта методология имеет и недостаток, не все качественные стороны инвестиционных процессов могут быть учтены.

После выполнения теоретико-методологического исследования указанных научных разработок, нами выявлено определенная совокупность вопросов, которые требуют дальнейшей разработки в условиях трансформации системы социально-экономических отношений на всех уровнях. Так, особое значение приобретает четкое определение объекта и предмета исследования, особенно при разработке инвестиционной стратегии развития региона в зависимости от источников инвестирования. Необходимо четко определять ориентированность инвестиционных потоков и ожидаемый эффект. Так, для частных инвесторов, привлекательность составляют сферы и направления вложений с высоким оборотом, и коммерческой направленностью вложений. Для государственных инвестиций важен более социальный эффект и возможность мультипликации инвестиций в структуре народного хозяйства. В современных условиях Луганского региона возможность привлечения частных инвестиций в сферу туризма

сужена. Развитие внешнего направления туристской сферы затруднено неурегулированностью правового поля. Однако необходимость развития внутреннего туризма значительна, это подкрепляется рекреационной потребностью системы воспроизводства трудовых ресурсов. Данная ситуация требует взвешенного подхода в формировании государственной политики развития сферы туризма и процессов инвестирования.

На наш взгляд, научный интерес представляет выработка адаптивной модели оценки инвестиционных возможностей Луганского региона, которая учитывала бы особенности хозяйственного механизма развития, современное положение экономической изолированности и блокады со стороны Украины. Использование указанной модели должно носить системный характер проведения мониторинга инвестиционных перспектив и постоянно корректироваться в зависимости от изменений социально-экономической ситуации в регионе. Для повышения глубины анализа требуется выбрать совокупность наиболее типичных предприятий различных направлений типов собственности, которые предметно характеризовали бы процессы вложения инвестиций. Нами предлагается следующая система унифицированных индикаторов проведения мониторинга инвестиционной привлекательности и определения стратегических перспектив осуществления инвестиционной деятельности (Рисунок 1).

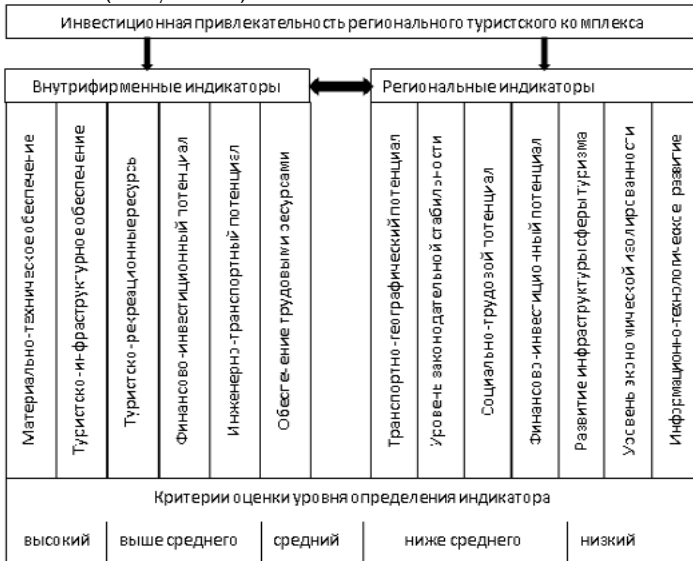


Рисунок 1 Система индикаторов для проведения мониторинга инвестиционной привлекательности Луганского региона

В соответствии с указанной системой требуется более детальная разработка показателей по каждому направлению внутрифирменных и общерегиональных индикаторов.

Так же необходимо формирование типовых форм, которые должны иметь свою последовательность и взаимосвязь в заполнении. Также необходима четкая формализация процедур проведения мониторинга закрепленная в отдельном положении. Центром разработки и проведения исследования должен стать отдел по вопросам туризма и охраны культурного наследия Министерства культуры, спорта и молодежи Луганской Народной Республики. Методологическое и методическое содействие в разработке системы показателей могут оказать специалисты кафедры туризма, гостиничного и ресторанного дела Луганского национального университета имени Тараса Шевченко.

В ходе проведения предварительного исследования инвестиционных возможностей Луганского региона выявлены два перспективных направления инвестирования средств в развитие регионального туризма. Это вложения в развитие региональных баз отдыха с возможностью проведения загородных банкетов, корпоративных праздников и семейного отдыха выходного дня. Наиболее перспективными являются: база отдыха «Астаховская долина», в окрестностях г.Свердловска, санаторий-профилакторий «Шахтерские зори», Антрацитовский район, а также загородный комплекс «Крым» который расположен в рекреационной зоне успешенского водохранилища которая находится в 35 км от г. Луганска.

Проведенный анализ является законченным исследованием теоретических аспектов оценки инвестиционной привлекательности туристской сферы Луганского региона, что дало возможность адаптировать методику мониторинга инвестиционных возможностей к современным условиям изолированности и экономической блокады Луганского региона.

### Литература

1. Федеральный закон РФ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25 февраля 1999 г. №39 (редакция от 27.12.05 г., с изменениями от 05.01.06 г.) // Консультант Плюс Электронный ресурс.
2. Федеральный закон РФ «Об основах туристской, деятельности в РФ» от 24.11.96 г. №132-ФЗ (редакция от 05.02.2007) // Консультант Плюс Электронный ресурс.
3. **Боголюбов В.С., Быстров С.А., Севастьянова С.А.** Экономическая оценка инвестиций на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства: Учеб. пособие. СПб.: СПбНИЭУ, 2015. 205 с.
4. **Загорин Н.Д.** Инвестиционное развитие туристского потенциала региона: Монография. СПб.: Д.А.Р.К., 2015. 264 с.
5. **Степанова С.А.** Формирование инвестиционной привлекательности туристско-рекреационных территорий: монография / С.А. Степанова. –

СПб. :СПбНИЭУ, 2015. – 218 с. 6. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве: учебное пособие/ А.Д. Чудновский, М.А. Жукова // Москва, КНОРУС, 2017.

**Ткачук П.Ю. Методологічні аспекти оцінки інвестиційної привабливості туристської сфери Луганського регіону**

*У статті розглянуто поняття інвестиційної привабливості туристської сфери, дана характеристика основних методик моніторингу інвестиційної значимості регіонів і сфери туризму, запропонована система уніфікованих індикаторів проведення моніторингу інвестиційної привабливості та визначення стратегічних перспектив здійснення інвестиційної діяльності, визначені загальні напрямки вдосконалення методологічного забезпечення оцінки інвестиційної привабливості туристської сфери Луганського регіону*

**Ключові слова:** *інвестиційна привабливість туристської сфери, методика моніторингу інвестиційної значимості, система уніфікованих індикаторів*

**P. Tkachuk Methodological aspects of estimation of investment attractiveness of touristic sphere of Luhansk region**

*The article deals with the concept of investment attractiveness of the tourism sector, describes the main methods of monitoring the investment importance of regions and tourism, proposed a system of unified indicators for monitoring investment attractiveness and determining strategic prospects for investment activities, and outlined general directions for improving the methodological support for assessing the investment attractiveness of the tourism sector in the Luhansk region.*

**Key words:** *investment attractiveness of the tourist sphere, methodology of investment importance monitoring, system of unified indicators*

УДК 33.338

**Шаповалова Елена Николаевна,**  
кандидат экономических наук, доцент,  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Владимира Даля»  
[helena-lyga@mail.ru](mailto:helena-lyga@mail.ru)

**МОНИТОРИНГ ТЕКУЩЕЙ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
ПРЕДПРИЯТИЯ**

*В современных экономических условиях деятельность каждого хозяйствующего субъекта является предметом внимания участников*



*рыночных отношений (юридических лиц - предприятий и физических лиц - предпринимателей), заинтересованных в результатах его функционирования. На основе доступной информации внешние и внутренние пользователи оценивают положение предприятия на рынке, его конкурентоспособность, финансовую устойчивость. Инвесторы, способные вложить средства в развитие предприятий, заинтересованы в получении надежной информации о финансовом благополучии организации, так как это является гарантией получения реальной выгоды от инвестиций.*

**Ключевые слова:** *источники, информация, финансовое состояние, мониторинг, отчетность, деятельность, оценка, анализ.*

Оптимизация финансового состояния торгового предприятия обеспечивается не только путем планирования важнейших показателей его финансовой деятельности, но и в процессе постоянного контроля за ходом реализации разработанных планов. Этот внутренний финансовый контроль на торговом предприятии базируется на построении системы мониторинга текущей финансовой деятельности.

Система мониторинга финансовой деятельности представляет собой разработанный на торговом предприятии механизм осуществления постоянного наблюдения за важнейшими текущими результатами этой деятельности в условиях постоянно меняющейся конъюнктуры потребительского и финансового рынков.

Основной целью разработки системы мониторинга текущей финансовой деятельности торгового предприятия является своевременное обнаружение отклонений фактических результатов этой деятельности от предусмотренных, вызывающих ухудшение финансового состояния предприятия; выявление причин, вызвавших эти отклонения, и разработка предложений по соответствующей корректировке отдельных направлений финансовой деятельности с целью ее нормализации и повышения эффективности.

Информационным стержнем диагностики результативности финансовой деятельности предприятия является бухгалтерская (финансовая) отчетность, а именно бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах, отчет о движении капитала, отчет о движении денежных средств. Данные бухгалтерского баланса позволяют оценить финансовое и имущественное состояние предприятий за отчетный период и сделать прогнозы на будущее. Диагностика деятельности предприятия начинается с изучения информации, содержащейся в указанных формах отчетности, однако в целях корректности и удобства обработки информации ему предшествует подготовительный этап оценки и преобразования исходных данных.

Эффективный мониторинг текущей финансовой деятельности

предприятия на сегодняшний день является одной из первоочередных и актуальных задач, что придает актуальность данному исследованию.

Определению сущности и структуры аппарата построения мониторинга, изучению системы показателей и методологии финансового и экономического анализа посвящены труды ведущих российских ученых: Бакланова М.И., Ковалева В.В., Крейниной М.Н., Привалова В.П., Шеремета А. Д. и других.

Целью данной статьи является изучение системы мониторинга текущей деятельности торгового предприятия, результатом которой является определение отклонений фактических результатов деятельности от запланированных; разработка соответствующей корректировки путей финансовой деятельности с целью ее реализации и повышения эффективности.

Разрабатываемая система мониторинга финансовой деятельности торгового предприятия должна корректироваться при изменении его стратегических целей, видов деятельности и системы показателей текущих и оперативных финансовых планов. Построение системы мониторинга текущей финансовой деятельности торгового предприятия должно охватывать следующие этапы.

1. Выбор для наблюдения наиболее важных направлений и целевых показателей финансовой деятельности. В процессе такого выбора ориентируются на целевые финансовые нормативы и систему показателей, характеризующих различные аспекты финансового состояния торгового предприятия.
2. Построение системы стандартов финансовой деятельности. В качестве таких стандартов выступают разработанные критерии по отдельным аспектам финансовой деятельности (например, финансирование активов, формирование финансовой структуры капитала и т.п.); целевые стратегические нормативы; показатели текущих и оперативных финансовых планов, избранные для наблюдения.
3. Построение системы информативных отчетных показателей по каждому из направлений финансовой деятельности и периодичности их формирования. Такая система показателей должна основываться на данных финансового и управленческого учета. Она представляет собой так называемую «первичную информационную базу наблюдения», необходимую для последующего расчета отдельных аналитических показателей, характеризующих уровень финансового состояния торгового предприятия в разрезе различных его аспектов. Периодичность формирования первичной базы данных определяется своевременностью осуществления внутреннего контроля за отдельными аспектами финансовой деятельности. С учетом такого принципа подхода к периодичности формирования первичной информационной базы наблюдения можно выделить оперативную

- (недельную, декадную) сводку; месячный отчет; квартальный отчет.
4. Обобщающие оценочные (аналитические) показатели, отражающие фактические результаты финансового состояния предприятия в разрезе различных его аспектов. Разработка системы обобщающих оценочных показателей должна полностью корреспондировать с наблюдаемыми направлениями финансовой деятельности, целевыми финансовыми нормативами и плановыми показателями, характеризующими различные аспекты финансового состояния торгового предприятия. В процессе разработки такой системы строятся алгоритмы расчета отдельных оценочных показателей с использованием первичной информационной базы наблюдения и методов финансового анализа.
  5. Определение размеров отклонений фактических результатов финансовой деятельности от предусмотренных. Размеры отклонений рассчитываются в абсолютных и относительных показателях. На каждом торговом предприятии должен быть определен критерий «критических отклонений», который может быть дифференцирован по периодам осуществления оценки. В качестве критерия «критических отклонений» может быть принято отклонение в размере 20 и более процентов по недельному (декадному) периоду; 15 и более процентов по месячному периоду; 10 и более процентов - по квартальному периоду.
  6. Анализ основных причин, вызвавших отклонение фактических результатов финансовой деятельности от предусмотренных. В процессе такого анализа в первую очередь выделяются и рассматриваются те показатели финансового состояния торгового предприятия, по которым наблюдаются «критические отклонения» от целевых нормативов и показателей текущих и оперативных финансовых планов. По каждому «критическому отклонению» (а при необходимости и по менее значимым размерам отклонений наиболее важных показателей) должны быть выявлены вызвавшие их причины.
  7. Определение системы действий при установленных отклонениях фактических результатов финансовой деятельности от предусмотренных. В этом случае деятельность административно-управленческого персонала торгового предприятия будет заключаться в устранении отклонений; разработке мероприятий по обеспечению выполнения целевых, нормативных или плановых показателей; изменении системы нормативных или плановых показателей.
  8. Выявление резервов нормализации финансовой деятельности и повышения ее эффективности. При этом резервы рассматриваются в разрезе различных аспектов финансовой деятельности или отдельных финансовых операций торгового предприятия. В качестве одной из таких возможностей может быть рассмотрена целесообразность

использования системы финансовых резервов.

9. Обоснование предложений по изменению отдельных целевых финансовых нормативов и плановых показателей. Если возможности нормализации отдельных аспектов финансовой деятельности ограничены (т.е. не могут привести к полной нормализации финансового состояния торгового предприятия) или вообще отсутствуют, используется третий алгоритм системы действий. В этом случае по результатам текущего наблюдения и контроля вносятся предложения по корректировке системы целевых финансовых нормативов и показателей текущих и оперативных финансовых планов. В отдельных критических случаях может быть обосновано предложение о прекращении отдельных коммерческих, инвестиционных или финансовых операций.

Таким образом, система мониторинга текущей финансовой деятельности должна корректироваться при изменении стратегических целей торгового менеджмента, видов коммерческой и финансовой деятельности торгового предприятия и системы показателей текущих и оперативных финансовых планов. Мониторинг - это процесс постоянного отслеживания эффективности текущей финансовой деятельности предприятия. Его цель - обнаружение нежелательных отклонений в финансовой деятельности предприятия и их своевременное устранение. Необходим постоянный мониторинг текущей деятельности. Он осуществляется для оперативной диагностики, которая должна своевременно сигнализировать о негативных тенденциях изменения в деятельности предприятия. По этой причине финансовые показатели, используемые в мониторинге, должны быть высоко информативными.

### Литература

1. **Абрютина М.С.** Экспресс-анализ финансовой отчетности. – М. : Дело и Сервис, 2008. – 256 с.
2. **Алексеева А.И.** Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. – М. : КноРус, 2007. – 671 с.
3. **Арутюнов Ю.А.** Финансовый менеджмент. – М. : КНОРУС, 2010. – 312 с.
4. **Балдин К.В.** Антикризисное управление. – М. : Дашков и К, 2007. – 278 с.
5. **Басовский Л.Е.** Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 366 с.
6. **Беляев С.В.** Теория и практика антикризисного управления. – М. : ЮНИТИ, 2008. – 453 с.
7. **Бланк И.А.** Управление активами. – М. : Омега, 2007. – 512 с.
8. **Войтоловский Н.В.** Экономический анализ. Основы теории. Комплексный анализ хозяйственной деятельности организации. – М. : Высш. образование, 2007. – 509 с.
9. **Гиляровская Л.Т.** Экономический анализ. – М. : ЮНИТИ, 2008. – 615 с.
10. **Гребнев А.И.** Экономика торгового предприятия. – М. : Экономика, 2009. – 298 с.

**Шаповалова О.М. Моніторинг поточної фінансової діяльності підприємства**

*У статті на основі проведеного дослідження обґрунтовано необхідність формування системи внутрішнього фінансового контролю на підприємстві на базі створення системи моніторингу поточної фінансової діяльності.*

**Ключові слова:** джерела, інформація, фінансовий стан, моніторинг, звітність, діяльність, оцінка, аналіз.

**O. Shapovalova Monitoring of current financial activity of the enterprise**

*The article on the basis of the conducted research substantiates the necessity of forming a system of internal financial control at the enterprise on the basis of the establishment of a monitoring system of current financial activity.*

**Key words:** sources, information, financial status, monitoring, reporting, activity, evaluation, analysis.

# МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ

УДК [339.138:338.1](477.61)

*Журавлёва Елена Адольфовна,  
ассистент кафедры маркетинга и менеджмента  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[zhuravleva\\_ea@mail.ru](mailto:zhuravleva_ea@mail.ru)*

## РОЛЬ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА КАК ЭФФЕКТИВНОГО ИНСТРУМЕНТА РАЗВИТИЯ ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

*Территории выступают в качестве самостоятельных экономических субъектов, которым приходится конкурировать друг с другом за привлечение необходимых ресурсов, в целях обеспечения высокого качества и уровня жизни населения. Все это определяет необходимость использования маркетинговых инструментов в социально-экономической деятельности территории. В связи с этим в статье раскрыты некоторые особенности маркетинга территории, с учетом которых должна быть разработана конкурентная стратегия региона.*

**Ключевые слова:** *имидж, конкурентоспособность, сервис, территориальный маркетинг, услуга.*

В современном экономическом пространстве хорошие перспективы в глобальной конкуренции имеют территории, которые активно формируют и укрепляют свои нематериальные активы, включая привлекательный имидж и позитивную репутацию

Улучшают свои конкурентные позиции также и те территории, которые содействуют росту мобильности своей экономики, включая активизацию процесса входа на рынок новых компаний и ухода с рынка старых неэффективных бизнес-структур [1. с. 22].

Для эффективного функционирования в современных условиях территории должны принимать определённые стратегические решения по обеспечению своего функционирования и дальнейшего развития. Подавляющее большинство стран определяют направления своего развития как обеспечение устойчивого экономического роста, создание общества, основанного на знаниях, информации и инновациях, включение страны в единое научное и технологическое европейское и мировое пространство. Функционирование деятельности территорий

происходит под влиянием внешней среды, что характеризуется высокой степенью неопределённости. Этот фактор влияет на рост затрат и рисков при принятии управленческих и финансовых решений. При этом самым важным в реализации государственной политики является определение приоритетов социально-экономического развития и механизмов их реализации, под которыми следует понимать законы, бюджетное финансирование и потенциал территориальных образований.

Становление гражданского общества как гарантии демократического развития Республики невозможно без эффективного функционирования всех учреждений. Современные города вступают в период активной и нарастающей конкуренции между собой. Конкурировать приходится за многое – инвестиции, информацию, но, прежде всего, за людей – грамотных врачей, талантливых преподавателей, эффективных менеджеров, привлечение туристов, т.п. Удобное географическое положение или обилие полезных ископаемых уже не гарантируют территории экономический успех. Как в такой ситуации городам и районам Луганской Народной Республики сохранить население и найти свою экономическую и культурную ниши? Один из способов – освоение маркетинговых технологий, в том числе, технологий территориального маркетинга. Эффективная деятельность любого субъекта хозяйствования невозможна без использования инструментов маркетинга. В условиях применения принципов маркетинга и ориентации деятельности на покупателя очень важными аспектами являются обеспечение потребителям удобства, налаживание обратной связи с ними, поддержка лояльности не только к продуктам, но и к местам продаж.

Актуальность рассмотрения данной темы обусловлена тем, что на сегодня в научной литературе появляются публикации учёных по исследованию вопросов маркетинга территорий. За последние 10-15 лет на рынке деловой литературы появилось достаточно много работ, посвящённых маркетинговой деятельности в разрезе территорий. Эту проблему изучают такие учёные как: Ф. Котлер, М. Портер; среди российских учёных следует отметить труды А.П. Панкрухина, Г.С. Габидиновой, Н.Я. Калужновой, О.В. Жердевой.

Как известно, Ф. Котлер не рассматривает категорию «территориальный маркетинг», он говорит о маркетинге мест как о деятельности, предпринимаемой с целью создания, поддержания или изменения отношений и/или поведения, касающихся конкретных мест. Действия маркетинга мест могут определяться четырьмя аспектами видения территории: маркетинг жилья, зон хозяйственной застройки, мест отдыха, инвестиций в земельную собственность.

В научной литературе можно встретить целый ряд понятий, в той или иной мере отражающих вопросы маркетингового подхода к управлению территорией, такие как «региональный маркетинг»,

«маркетинг места», «маркетинг города», «маркетинг территорий» или «территориальный маркетинг».

Одними из первых среди российских учёных А.М. Лавров и В.М. Сурнин ввели термин «региональный маркетинг». Они определили региональный маркетинг как элемент системы рыночных отношений, спроецированный не на микроуровень, а на мезоуровень.

В.И. Бутов, В.Г. Игнатов, Н.П. Кретьева отмечают, что региональный маркетинг – это определённый образ мышления и действий руководителя регионального уровня, новая деловая философия активной предпринимательской деятельности в регионе, в основе которой – стремление удовлетворить выявленные потребности конкретных людей, групп потребителей, предприятий и фирм как в данном регионе, так и за его пределами. Такое определение регионального маркетинга предполагает поиск видов деятельности, которые надо развивать, чтобы удовлетворить потребности населения.

А.Л. Гапоненко определяет региональный маркетинг как систему мер по привлечению в регион новых экономических агентов, способствующих процветанию региона в целом, что в большей степени имеет маркетинговый подход к задачам развития региона.

Предметом изучения многих учёных и специалистов являются вопросы городского маркетинга. Так, П.В. Кухтин, А.А. Левлов определяют маркетинг города через маркетинг территорий городских поселений и маркетинг городской недвижимости как средство удовлетворения потребностей человека путём улучшения среды его обитания.

Т.М. Орлова определяет сверхзадачу городского маркетинга в виде эффективного использования существующих, а также формирования новых преимуществ для привлечения в город экономических агентов, способных повысить благосостояние его жителей.

С.Н. Андреев рассматривает сферу деятельности маркетинга места как формирование, сохранение или изменение отношения потребителей, посредников, контактных аудиторий к определённым «местам». В некоммерческом маркетинге – это места расположения и объекты, представляющие историческую ценность, памятники культуры, архитектуры, музеи, библиотеки, и многое другое [2. с. 94].

В свою очередь, А.П. Панкрухин выделяет три категории – «территориальный маркетинг», «маркетинг территорий», «маркетинг на (внутри) территории».

Территориальный маркетинг – это маркетинг, который осуществляется на определённой территории и в её интересах. Управление территориями должно включать достижение целей отдельных групп интересов или их компромисса для нивелирования возможных конфликтов между ними. Маркетинг на территории ориентирован на субъектов за её пределами.



К числу основных субъектов маркетинга в любой сфере деятельности относятся производители того или иного продукта (товаров, услуг и др.), его потребители (покупатели, пользователи) и посредники. Соучаствовать в маркетинговых отношениях и действиях могут органы управления, целые сферы экономики (торговля), средства массовой информации, учебные и научные учреждения, организации и их системы. Наиболее активными участниками маркетинговых отношений традиционно выступают производители продуктов, а субъектами, пользующимися особым отношением к себе, - потребители.

**Для успешного функционирования и развития территории необходимо совершенствовать постоянное управление её деятельностью. Овладение технологиями территориального маркетинга должно осуществляться представителями городских служб.** Говоря же о целевых рынках, мы имеем в виду возможных потребителей благ территории. По мнению Филиппа Котлера, в самом общем виде потребителей территории можно подразделить на три группы: жители, участники бизнеса и гости (посетители). В основу этой классификации заложены три главных назначения территории – как места жительства, хозяйствования и отдыха [3. с. 129].

В числе юридических лиц – потребителей в маркетинге территорий - могут быть названы предприятия, учреждения и организации, центральные офисы и представительства корпораций, холдингов, ассоциаций и т.п., особенно – ориентированные на внешнеэкономическую деятельность. Основные группы отраслей – добывающая промышленность, перерабатывающие отрасли, предприятия связи, финансовые учреждения, гостиничные сети и др. отрасли, представители инфраструктуры бизнеса и рынка. В чём заинтересованы субъекты – реальные и потенциальные потребители территории?

В наиболее общем виде это эффективное использование конкурентных преимуществ данной территории – для жизни, для бизнеса, для краткосрочного пребывания.

Один из принципиальных вопросов маркетинга территорий – осмысление того, как, на основании чего осуществляют выбор их потребители – реальные и потенциальные. В маркетинге выделяют следующие категории лиц, так или иначе участвующих в процессе принятия решения, воздействующих на него: инициатор; лицо влияния; лицо, принимающее решение; лицо, утверждающее решение; покупатель; пользователь.

В зависимости от того, каковы ответы на вопросы, можно выбирать эффективные маркетинговые сообщения и их носители, и адресовать их в правильном направлении и в наиболее удобный момент времени. Как конкретная организация, так и человек в единственном лице может осуществлять последовательно все шесть ролей.

Маркетинг территории – это продвижение её интересов через планомерное конструирование положительной репутации территории и её рекламу среди целевых аудиторий – инвесторов, потенциальных жителей, туристов и других «потребителей» места [4. с. 54]. Ключевым объектом маркетингового внимания территории является её предложение. Конечная цель маркетинга заключается в оказании влияния на поведение целевой аудитории путём предложения привлекательного пакета выгод и минимальных затрат в обмен на желаемое поведение. Маркетинг может включать широкий комплекс управленческих и публичных мероприятий, в которых у каждой категории местного сообщества своя активная роль.

Одним из способов, благодаря которым территория может оставаться жизнеспособной, является предложение новых товаров и услуг. Самые активные главы городов уже давно через рекламу своего имиджа пытаются привлечь инвесторов, получить деньги на проведение юбилея города и решить многие другие насущные проблемы. Однако, не владея инструментами системного маркетинга, территории делают это хаотично и потому часто с нулевым результатом. Многочисленным им было бы научиться у европейских и американских городов, уже имеющих соответствующий опыт маркетинга. В Германии, Великобритании и некоторых других развитых странах Европы за последние двадцать лет распространился такой вид регионального маркетинга, как городской маркетинг (city marketing), которым занимаются муниципалитеты. Одним из важнейших его направлений является возрождение историко-культурного вида городов с целью привлечения капитала в сферу туристического бизнеса. Европа сегодня переживает бум тематических городов – театральных, горнолыжных, торговых, книжных, ботанических, винных, сырных, кофейных, музыкальных. Для американских же поселений маркетинг вообще исконный образ жизни: с самого своего появления на карте они конкурировали с соседями, отстаивая свои интересы [5. с. 17].

Концепция территориального маркетинга обеспечивает новое качество территориального управления. Основной задачей территориального управления сегодня является повышение привлекательности территории как места проживания и осуществления деятельности за счет максимального удовлетворения потребностей частных лиц в ресурсах и общественных благах территории. Территория, на которой в максимальной степени учтены и удовлетворены потребности жителей, будет в большей степени конкурентоспособна. Конкурентоспособность территории будет свидетельствовать про её состояние относительно других, и способность побеждать их в завоевании покупателей и достижении своих целей. Именно поэтому конкурентоспособность должна быть объектом управления, а достижение определённого её уровня может рассматриваться как отдельное задание управления территорией вообще. Территориальные органы власти должны уметь

оценивать и воздействовать на поведение потребителей. Различные критерии и задания управления территориями должны быть согласованы между собой и подчинены единой стратегической цели.

Целевые направления маркетинга территорий:

- притягательность, престиж территории, места в целом;
- привлекательность сосредоточенных на территории природных, материально-технических, финансовых, трудовых, организационных, социальных и других ресурсов, а также возможностей реализации и воспроизводства таких ресурсов.

Маркетинг территорий призван обеспечивать:

- формирование и улучшение имиджа территории, рост престижа её деловой и социальной конкурентоспособности;
- привлечение на территорию общегосударственных и иных внешних по отношению к территории заказов;
- расширение участия территории и её субъектов в реализации международных, республиканских программ за её пределами; стимулирование приобретения и использования собственных ресурсов территории за её пределами к её выгоде и в её интересах;
- повышение притягательности вложения, реализации на территории внешних по отношению к ней, но нужных ей ресурсов.

**Таким образом, территории выступают в качестве самостоятельных экономических субъектов, которым приходится конкурировать друг с другом за привлечение необходимых ресурсов в целях обеспечения высокого качества и уровня жизни населения. В деле развития территорий важное значение приобретает территориальный маркетинг. С большой степенью уверенности можно сказать, что в наших современных условиях необходима разработка собственной концепции территориального маркетинга. Все это определяет необходимость использования маркетинговых инструментов в социально-экономической деятельности территории.**

#### Литература

- 1. Жердева О.В.** Роль маркетинга в идентификации территорий / *О.В. Жердева* // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2. – С. 120–126.
- 2. Важенин С.Г.** Территориальная конкуренция в экономическом пространстве / *С.Г. Важенин, В.Л. Берсенев, И.С. Важенина и др.* – Екатеринбург: Институт экономики УрОРАН, 2011. – 540 с.
- 3. Котлер Ф.** Маркетинг для государственных и общественных организаций / *Ф. Котлер, Л. Нэнси.* – СПб.: Питер, 2008. – 384 с.
- 4. Панкрухин А.П.** Маркетинг территорий. – СПб.: Питер, 2006. – 416 с.
- 5. Визгалов Д.В.** Маркетинг города. – М. Фонд «Институт экономики города», 2008. – 110 с.

**Журавльова О.А. Роль територіального маркетингу як ефективного інструменту розвитку Луганської Народної Республіки**

*Території виступають самостійними економічними суб'єктами, яким доводиться конкурувати один з одним за залучення необхідних ресурсів, в цілях забезпечення високої якості і рівня життя населення. Усе це визначає необхідність використання маркетингових інструментів в соціально-економічній діяльності території. У зв'язку з цим в статті розкриті деякі особливості маркетингу території, з урахуванням яких має бути розроблена конкурентна стратегія регіону.*

**Ключові слова:** *імідж, конкурентоспроможність, сервіс, територіальний маркетинг, послуга.*

**O. Zhuravleva The role of territorial marketing as an effective influence on the development of the Luhansk People's Republic**

*Territories come forward as independent economic subjects that has to compete with each other for bringing in of necessary resources, for providing of high quality and standard of living of population. All of it determines the necessity of the use of marketing instruments for socio-economic activity of territory. In this connection in the article some features of marketing are exposed territories taking into account that competition strategy of region must be worked out.*

**Key words:** *competitiveness, image, marketing, territorial marketing, service.*

**Сергиенко Наталья Викторовна,**  
*магистрантка 2 курса специальности «Гостиничное дело»,  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»  
[sveta160668@mail.ru](mailto:sveta160668@mail.ru)*

*Научный руководитель – доцент  
кафедры туризма, гостиничного и ресторанного дела  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»*

**Тарабановская Светлана Викторовна**

## **РОЛЬ PR ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

*В статье раскрыта сущность понятия «паблик рилейшнз», определены и охарактеризованы основные функции PR. Раскрыта роль PR для предприятий, которая заключается в способности стимулировать широкое социальное мышление, помогая руководству предприятий осознать их социальную миссию в обществе.*

**Ключевые слова:** *«паблик рилейшнз», предприятие, индустрия гостеприимства, связи с общественностью, коммуникация.*

Паблик рилейшнз (ПР; англ. publicrelations, PR), является термином, по множественности и многогранности толкований превосходящим все остальные категории средств массовых коммуникаций. Дословный перевод термина с английского – связи с общественностью – отражает лишь одну из сфер функционирования PR, поэтому не может быть использован для обозначения этой категории. При этом можно отметить, что термин «паблик рилейшнз» без перевода используется не только в англоязычных странах. Специалисты насчитывают свыше 500 научных определений паблик рилейшнз, но все их можно разделить на три группы.

К первой группе относятся все определения, которые рассматривают паблик рилейшнз как науку и искусство решения определенных, необходимых для организации задач коммуникаций.

Вторая группа объединяет определения PR как деятельность особого рода (управленческую, коммуникационную, организаторскую), представленную в различных словарях и энциклопедиях.

Третью группу, пожалуй, самую многочисленную, составляют определения связей с общественностью как специфической функции управления или функции менеджмента. Сюда относятся определения,

принадлежащие наиболее авторитетным теоретикам и практикам этой сферы, а также представителям ведущих научных и образовательных школ.

Открывает этот ряд определение, предложенное 65-ю ведущими учеными американского Фонда PR:

«Паблик рилейшнз – это особая функция управления, которая способствует установлению и поддержанию общения, взаимопонимания и сотрудничества между организацией и ее общественностью; способствует решению различных проблем и задач; помогает руководству организации быть информированным об общественном мнении и вовремя реагировать на него; определяет и делает упор на главной задаче руководства компании – служить интересам общественности; помогает руководству быть готовым к любым переменам и использовать их по возможности наиболее эффективно, выполняя роль «системы раннего оповещения» об опасности, помогает справиться с нежелательными тенденциями; использует исследования и открытое, основанное на этических нормах общение в качестве основных средств деятельности» [1].

«PR – это искусство формирования благоприятных отношений общественности к фирме путем формирования представлений о том, что фирма выпускает и продает товар в интересах покупателей, а не продавцов» [1].

«PR – динамическая система управления, в которой управляющим звеном выступает субъект PR, а управляемым общественность. Сам процесс осуществляется при помощи циркуляции информации» [1].

«PR – независимое общественное мнение, сложившееся в результате деятельности Вашей фирмы, ее рекламы и благотворительных мероприятий» [1].

«Паблик рилейшнз – самостоятельная функция менеджмента по установлению и поддержанию коммуникаций между организацией и ее общественностью» [1].

«Publicrelations – управленческая деятельность по достижению гармонии интересов фирмы и ее социальной среды на основе правдивой информации» [1].

«PR – коммуникативная деятельность, направленная на формирование и поддержание гармоничных и доброжелательных отношений между учреждением и общественностью на основе целенаправленной, оперативной, правдивой и достаточной информации» [1].

«PR – связи, которые возникают между двумя сторонами (субъектами общественных отношений) на основе общих интересов и потребностей и которые осуществляются и поддерживаются при помощи постоянно действующих контактов и общения» [1].

«PR – искусство и наука создания делового имиджа (образа) на основе правдивой и оперативной информации» [1].

Приведенный обзор мнений различных ученых и специалистов не является исчерпывающим. Несмотря на кажущиеся различия в представлениях о PR исследователей и разработчиков методов осуществления связей с общественностью можно отметить общее: паблик рилейшнз – одна из функций управления организацией (компанией) и планируется на уровне ее руководства. Эта функция направлена на установление контактов и отношений с широкой общественностью, СМИ, клиентами организации, органами государственной власти с целью сформировать у указанных аудиторий положительное отношение к организации (компании) [2].

Подводя краткий итог всему вышесказанному, PR – это: наука, изучающая закономерности коммуникационного взаимодействия между организацией и средой; теория и метод достижения в обществе согласия по поводу предназначения и деятельности организации; конкретный перечень практических форм деятельности; функция управления процессами формирования вокруг организации благоприятного социоорганизационного пространства; механизм и социальная технология адаптации целей и социальной идеологии организации к проходящим в обществе изменениям; искусство формирования доброжелательного общественного мнения и привлекательного социального имиджа организации [3].

Важно понимать, что PR – это: не манипуляция общественным сознанием, а информирование о реальном положении вещей; не бесплатная реклама, отношения PR со СМИ строятся на безвозмездной основе; не отсутствие статьи расходов в бюджете компании: нужны деньги на проведение; мероприятия, изготовление презентационной продукции (буклеты, пресс-киты, сувениры и т.д.); не только коммуникации со СМИ, клиентами, партнерами, инвесторами, но и собственными сотрудниками. Деятельность Public Relations еще не получила своего полного развития, она привязана к крупным политическим акциям, типа президентских и парламентских выборов, выборов в региональные органы власти, а также развивается как бизнес-PR в рамках рекламных и promotion-кампаний крупных компаний, холдингов, корпораций [4].

Что касается определения функций паблик рилейшнз, то и здесь мнения практиков и теоретиков в области PR различны, но их основания имеют общий фундамент. Принято считать, что в целом паблик рилейшнз выполняет три основные функции:

- 1) контроль мнения и поведения общественности с целью удовлетворения потребностей и интересов, прежде всего организации. Эта функция часто критикуется, поскольку в данном случае организация рассматривает общественность как жертву. Подобная ситуация во многом напоминает манипулирование сознанием и поведением людей в определенном направлении;

2) реагирование на общественность, то есть организация учитывает события, проблемы или поведение других и соответствующим образом реагирует на них. Иначе говоря, в этом случае организация стремится прислуживать общественности, рассматривая тех, от кого зависит ее судьба, как своих хозяев;

3) достижение взаимовыгодных отношений между всеми связанными с организацией группами общественности путем содействия плодотворному взаимодействию с ними (в том числе со служащими, потребителями, поставщиками, производственным персоналом и т. д.). Именно эта функция является фундаментом модели компромисса и считается наиболее полезной и плодотворной, поскольку целевые группы общественности тут рассматриваются как партнеры организации, с которыми она вступает во взаимодействие [5].

Как социальный институт современный паблик рилейшнз предлагает предприятиям индустрии гостеприимства и общественности различные пути согласования общих интересов для преодоления трений и предотвращения неразумных действий. Опытные специалисты по паблик рилейшнз способны стимулировать широкое социальное мышление, помогая руководству предприятий осознать их социальную миссию в обществе. Нынешний паблик рилейшнз призван вооружить руководителей разнообразными и глубокими знаниями о современном обществе, помогая им правильно формулировать цели и видеть перспективы развития.

Выполняя эти функции, паблик рилейшнз способствует осознанию всеми институтами общества – государственными и общественными, политическими и хозяйственными, благотворительными и сугубо коммерческими – социальной ответственности перед обществом, нынешними и будущими поколениями людей.

Паблик рилейшнз функционирует во всех сферах жизни общества, поскольку его принципы отражают важнейшие человеческие стремления: быть всем понятным, открытым для широкого сотрудничества в атмосфере взаимной благожелательности. В своей практической деятельности институт паблик рилейшнз как раз и формализует эти стремления [6].

По существу, можно сделать вывод, PR представляет собой в какой-то степени искусство убеждать людей и влиять на их мнение, поддерживать готовность к необходимым переменам, предотвращать и преодолевать кризисные ситуации. Без PR невозможно вести управление, бизнес, поскольку реализация любого проекта, всякой идеи начинается с заинтересованности человека, группы людей или предприятия этим проектом, с доведения цели проекта, задачи бизнес-кампании, сути новой идеи до потребителей, инвесторов, управленческих органов или общественности [7].



Таким образом, проведенные теоретические исследования понятия «паблик рилейшнз» позволяют утверждать о многонаправленности, многоаспектности и многогранности этого термина. Дальнейшие исследования будут проводиться в контексте практического использования паблик рилейшнз.

#### Литература

1. Егоров А. Паблик рилейшнз / А. Егоров //Маркетинг, 1994. – №1. – С. 79–85
2. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии: учебник для вузов / В.Ф. Кузнецов– М. : Аспект Пресс, 2007. –187 с.
3. Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики / Е. Н. Пашенцев. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Финпресс, 2002. – 367 с.
4. Блажнов Е.А. Паблик Рилейшнз: Приглашение в мир цивилизованных рыночных и общественных отношений: Учеб. пособие для делов. людей. / Е.А. Блажнов – М. : ИМА-пресс, 1994. – 157 с.
5. Ульянич С. «Паблик рилейшнз» в России / С. Ульянич // Бизнес и политика, 1995. – N 1. – С.16–20
6. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров: Учебник. / И.В. Алешина – М.: ИКФ «ЭКМОС», 2006. – 480 с.
7. Голубкова Е.Н. Секреты успеха в бизнесе и роль паблик рилейшнз / Е.Н. Голубкова// Маркетинг в России и за рубежом, 2002. – №2. – С. 31

#### ***Сергиенко Н.В. Роль PR для підприємств індустрії гостинності***

*У статті розкрита суть поняття «паблик рилейшнз», визначені і охарактеризовані основні функції PR. Розкрита роль PR для підприємств, яка полягає в здатності стимулювати широке соціальне мислення, допомагаючи керівництву підприємств усвідомити їх соціальну місію в суспільстві.*

**Ключові слова:** *«паблик рилейшнз», підприємство, індустрія гостинності, зв'язки з громадськістю, комунікація.*

#### ***N.Sergienko The role of PR for pdprimstvondustrgoscinnosc***

*The article reveals the essence of the notion “public relations”, defines and characterizes the basic functions of PR. The article reveals the role of PR for enterprises, which is the ability to stimulate broad social thinking, helping the management of enterprises to realize their social mission in society.*

**Key words:** *public relations, enterprise, hospitality industry, public relations, communication.*

УДК: 338.487:659.1

**Спицына Алина Руслановна**,  
магистрантка 2 курса специальности «Гостиничное дело»,  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»  
[alinaspitsyna@yandex.ua](mailto:alinaspitsyna@yandex.ua)

Научный руководитель – ассистент  
кафедры туризма, гостиничного и ресторанного дела  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»

**Попова Инна Владимировна**

## **РЕКЛАМА КАК ОДИН ИЗ ВИДОВ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

*В статье изучены особенности и значение рекламы в коммуникационной политике. Рассмотрены задачи и виды рекламы, ее роль в коммуникационном комплексе предприятий индустрии гостеприимства.*

**Ключевые слова:** *предприятие индустрии гостеприимства, маркетинговые коммуникации, комплекс коммуникаций предприятия, реклама, виды рекламы.*

На сегодняшний день коммуникация является наиболее важным и наиболее используемым из всех навыков в индустрии гостеприимства и туризма. Стремительное развитие гостиничного бизнеса обуславливает необходимость использования маркетинговых средств продвижения и реализации гостиничных услуг.

Актуальность темы обусловлена тем, что современное предприятие индустрии гостеприимства невозможно представить без рекламы, самого действенного инструмента в попытках гостиничного предприятия донести информацию до клиентов, модифицировать их поведение, привлечь внимание к предлагаемым услугам, создать положительный имидж предприятия, показать его общественную значимость. Поэтому эффективная рекламная деятельность служит важнейшим средством достижения целей стратегии маркетинга в целом и коммуникационной стратегии в частности.

Проблемам развития маркетинговых коммуникаций в индустрии гостеприимства посвящены работы таких ученых, как: Г. Яковлев, Е. Балашова, А. Кусков, А. Медык, Х. Ингрэм, Л. Шмакова, В. Кохненко, О. Любичева, Х. Рохлыев, В. Ревенко, М. Мальска и др.

Целью научной статьи является изучение особенностей рекламной деятельности на предприятиях индустрии гостеприимства.

Исходя из практики маркетинговой деятельности, можно сделать вывод о том, что эффективная коммуникационная политика возможна только при комплексном подходе. Программа коммуникации предприятия является комплексом продвижения и представляет собой сочетание средств рекламы, личной продажи, стимулирование сбыта и связей с общественностью (Рисунок 1).

Реклама и ее виды занимают особое место в коммуникационной политике предприятия индустрии гостеприимства. Она призвана решать наиболее сложную и труднореализуемую в маркетинговой деятельности задачу – формировать и стимулировать спрос на товары / услуги, предлагаемые гостиничным предприятием.

Реклама – это убеждающее средство информации о товаре / услуге или фирме, коммерческая пропаганда потребительских свойств товара / услуги и достоинств деятельности фирмы, готовящая активного или потенциального покупателя к покупке [1, с. 86].

Осуществлять полное управление процессом воздействия на потребителя со стороны предприятия индустрии гостеприимства невозможно, однако, потребителям необходимо предоставить информацию для того, чтобы убедить их в преимуществах товара / услуги, сформировать и активизировать спрос и создать психологическую готовность к проведению переговоров по приобретению товара / услуги. Эти функции осуществляет реклама.



Рисунок 1 – Элементы комплекса коммуникаций предприятий индустрии гостеприимства [1, с. 93]

Реклама представляет собой произвольную платную форму неперсональной презентации и продвижения товаров / услуг, идей через средства массовой информации.

В зависимости от объектов рекламирования различают рекламу продуктов (услуг, идей и тому подобное) и рекламу организаций.

Можно определить две ее основные задачи:

- создание высокой популярности товара;
- создание его желаемого имиджа на целевом рынке.

К основным маркетинговым целям в сфере рекламы предприятия индустрии гостеприимства относят:

- доведение до потенциальных потребителей информации о гостиничных услугах, ценах на них и их характеристики;
- создание имиджа новым услугам или торговой марке;
- улучшение имиджа услуги или торговой марки;
- повышение известности марки гостиницы среди бизнесменов;
- повышение уровня загрузки гостиницы в межсезонье;
- заинтересованность потребителей, принадлежащих к новому сегменту рынка [1, с. 127].

Среди задач, которые решает реклама, выделяют следующие: распространение знаний о предприятии; получение запросов о полной информации относительно товара; влияние на процесс принятия решений о покупке; оказание помощи работникам службы сбыта во время их переговоров с клиентами; преодоление убедительности относительно рекламного товара; поддержка добрых эмоций у покупателей товаров; распространение сведений о сервисе; рассказ об испытаниях товара, его улучшении, учитывающая положительное восприятие покупателями; формирование позитивного становления к предприятию со стороны общества [2].

Существует множество разноплановых мнений, относительно планирования рекламы, ее экономической и общественной полезности.

Рассмотрим положительные аспекты рекламы.

Во-первых, реклама предоставляет потребителю ту информацию, которая помогает делать аргументированный выбор. В сегодняшней сложной экономической ситуации у потребителя возникает необходимость ближе знакомиться с новыми товарами / услугами, появляющимися на рынке, а также с новыми предприятиями, которые их продают. Реклама как раз и является средством распространения такой информации.

Во-вторых, реклама поддерживает национальную систему связи (радио, телевидение, пресса). Эти системы финансируются за счет рекламы.

В-третьих, реклама стимулирует изменения товара. Удачная реклама рассказывает нам о его качестве и исключительно о положительных сторонах. А это означает, что для того чтобы конкурировать в сфере рекламы предприятие должно улучшать качество своего товара для того, чтобы обеспечить основания для продажи.

В-четвертых, благодаря рекламе предприятие может расширить свое производство и как следствие получить ожидаемый эффект.

В-пятых, считается, что реклама остается той силой, которая поддерживает конкуренцию. Реклама ослабляет монопольную власть. Интенсивная реклама часто связана с внедрением новой продукции, предназначенной для конкуренции с существующими торговыми марками [3, с. 134].

В зависимости от желаемого эффекта, при планировании, различают следующие виды рекламы:

- разъяснительно-пропагандистская: используется при продвижении конкретной идеи;

- реклама марки: используется при определении марочного товара;

- престижная: используется при формировании положительного образа предприятия;

- реклама распродажи: используется при объявлении о распродаже по заниженным ценам;

- рубричная реклама: используется при распространении информации о продаже, услуге и событии.

В зависимости от назначения реклама бывает:

- информативная: доводит до сведения потребителя информацию о товарах, их видах, назначении, показателях качества, особенностях, принципах действия, уровне и динамике цен на них; формирует образ предприятия. Особенно актуальна на этапе выведение товара на рынок с целью формирования первичного спроса.

- предохранительная: поощряет потребителя отдать предпочтение тому или иному товару или марке; изменяет восприятие потребителем свойств товара; убеждает в необходимости совершения покупки. Особенно важна на этапе роста выпуска продукции для формирования селективного спроса, оглядываясь на конкурентов.

- напоминающая: напоминает о товаре, месте и условиях его продажи и использования. К ней обращаются на этапе зрелости для подтверждения ранее принятого выбора [3, с. 126].

Без рекламы невозможно формирование широких рынков сбыта товара. Перед покупателем мир продукта, услуг, идей постоянно расширяется, что побуждает его все чаще обращаться за советом к специалистам, прислушиваться к мнению авторитетных людей. Покупатель обычно доверяет рекламе, которая в силу своей специфики больше всего влияет на его воображение. Реклама имеет цель не только зародить мысль о потребности потребителя в каком-то товаре, но и вызвать жгучее желание купить, прибегать в случае необходимости к услугам банков для получения кредитов. Успех сопровождает тех предпринимателей, которым удалось найти наиболее тонкие методы воздействия на ум, чувства и поведение людей через рекламу. Относительно этого в специальной отечественной и зарубежной литературе часто приводятся сведения о механизме пси-

хологического воздействия рекламных обращений, в которых последние рассматриваются с точки зрения их способности привлечь внимание, вызвать интерес, возбудить желание, спровоцировать действие.

Известная формула выражения этого механизма: AIDA или AIDMA где: A – attention, внимание; I – interest-интерес; D – desire, видение; M – motive, мотив; A – action, действие [4, с. 144].

Большинство многонациональных гостиничных компаний за пределами своих стран, за исключением Европейского континента, владеют или управляют новыми, современными гостиничными предприятиями, предлагающими аналогичные услуги, и дают одинаковые обещания. Следовательно, трудно отличить их друг от друга, опираясь на рекламу. Поэтому многие компании в своих рекламных материалах особо подчеркивают местоположение и торговую марку.

Принятие решения по поводу стандартизации рекламного процесса или, наоборот, ее адаптации для каждой страны является нелегким вопросом. С одной стороны, сильные различия между странами и рынками заставляют разнообразить рекламу, но, с другой стороны, общая диверсификация может оказаться не совсем дешевым мероприятием по сравнению со стандартизацией рекламы.

Однако каждое предприятие индустрии гостеприимства применяет свою собственную рекламу для специфических рынков, тем самым осуществляя расширение ассортимента выпускаемой продукции, переориентацию рынка сбыта, с целью получения экономической выгоды. Но во всех случаях предприятия индустрии гостеприимства на местах отталкиваются от корпоративного имиджа компании, которой они принадлежат, и ищут свою позицию на нужном им рынке, одновременно поддерживая эффективную коммуникацию с ним.

### Литература

**1. Федько Н.Г.** Маркетинговые коммуникации / Н.Г. Федько. – Ростов на Дону: Феникс, 2012. – 383 с. **2. Яркова Т.А.** Система маркетинговых коммуникаций и стратегии продвижения продуктов и услуг гостиничного предприятия / Т.А. Яркова, А.А. Осинкина // Инновационная наука. – 2016. – № 2, С. 10–14. **3. Голубков Е.П.** Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П. Голубков. – М.: Издательство «Финпресс», 2009. – 464 с. **4. Лесник А.** Практика маркетинга в гостиничном и ресторанном бизнесе / А. Лесник. – М.: Товарищ, 2010. – 240 с.

**Спіцина А.Р. Реклама як один з видів маркетингових комунікацій на підприємствах індустрії гостинності**

*У статті досліджено особливості та значення реклами в комунікаційній політиці. Розглянуті завдання і види реклами, її роль у комунікаційному комплексі підприємств індустрії гостинності.*

**Ключові слова:** підприємство індустрії гостинності, маркетингові комунікації, комплекс комунікацій підприємства, реклама, види реклами.

**A. Spitsyna Advertising as a marketing communications in the hospitality industry**

*The article examines the features and importance of advertising in communication policy. The problems and types of advertising, its role in the communication complex of the hospitality industry.*

**Key words:** enterprise in the hospitality industry, marketing communications, communications businesses, advertising, types of advertising.

# МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ

УДК 332.146.2

**Гуменная Н.С.,**  
магистрантка 2 курса специальности «Туризм»,  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[katerina.coral.elite@gmail.com](mailto:katerina.coral.elite@gmail.com)

Научный руководитель – кандидат биологических наук,  
доцент Волгоградского государственного  
социально-педагогического университета

**Веденев Алексей Михайлович**  
[vedvgpu@mail.ru](mailto:vedvgpu@mail.ru)

## СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ТАНЗАНИИ

*В статье приведено определение понятия «экологический туризм», современная статистика и состояние экотуризма в мире. Кроме того описаны основные тенденции и мировые центры экологического туризма, также проанализирован туристский потенциал Танзании в системе экотуризма.*

**Ключевые слова:** экологический туризм, Танзания, природная территория, путешествия, рекреационные ресурсы.

Сегодня туристы из развитых стран стремятся к познавательным путешествиям, за счет которых они могли бы приобрести личностный рост и новые знания, связанные с природой и человечеством. В связи с этим выросла популярность туров в особо охраняемые природные территории, места древней истории планеты и т.п.

Так, на сегодняшний день анализ и оценка существующего либо потенциального спроса на экотуризм опираются в первую очередь на данные по Северной Америке – потенциала африканского рынка, по большей части, все еще остается неизученным. До настоящего времени практически не проводились широкомасштабные исследования общемирового рынка экотуризма. Существуют лишь маркетинговые исследования отдельных туристских регионов (например, Коста-Рика, Белиз, Кения) [3, с. 28].

При этом имеющиеся исследования концентрируют внимание на турах, организуемых туроператорами и реализуемых как единый пакет



услуг, сегменту же индивидуального туризма уделяется недостаточно внимания. Экспертные оценки показывают, что количество населения, стремящееся улучшить состояние природы с каждым годом, растет.

По данным ВТО, в мире экотуризм предпочитает от 12 до 15% туристов и их число в среднем ежегодно возрастает на 30% в год. Неблагополучие экологической обстановки создает у одних людей потребность изменить свое прежнее собственное отношение к природе, у других появляется сильнейшее желание активно участвовать и помогать в защите и сохранении природы, у третьих – это осознание в ее восстановлении. Есть такая часть людей, которые стремятся заниматься экологическими вопросами не в одиночку, а при помощи деятельности активных сторонников [5, с. 36].

Нельзя не отметить, что мы понимаем под экологическим туризмом форму устойчивого туризма, сфокусированную на посещениях относительно нетронутых антропогенным воздействием природных территорий. Сегодня термин «экотуризм» часто используется специалистами для обозначения деятельности, связанной с использованием природных ландшафтов и культурных объектов.

Как было уже сказано, основной поток туристов желающих принять участие в экотуризме, это жители промышленных и экономически развитых стран. А основные направления, куда они стремятся путешествовать с целью экологического отдыха на природе, это страны Африки, Центральной Америки, Азии. Эти страны западным туристам интересны с точки зрения экзотической природы и чуждой, но интересной культуры этих стран и народов.

Определяющими мотивами являются, желания туристов ознакомиться с растительным и животным миром, который раньше был им не знаком и такие путешествия открывают новые границы своих знаний. Приведем пример, так в 2016 году 44,5% из общего количества туристов имели цель своей поездки как «возможность наблюдения за дикой природой» [1, с.103].

В последнее время Танзания держится в мировом рейтинге наиболее динамических показателей роста сферы экотуризма. Это не удивительно, ведь туристская сфера Танзании развита достаточно широко, в основном благодаря наличию многих природных достопримечательностей. Более 44% территории Танзании занимают заказники и национальные парки. В стране насчитывается 16 национальных парков, 29 заказников, 40 контролируемых заповедников и морских парков. На территории Танзании также расположена высочайшая горная вершина Африки – Килиманджаро. По оценке Нью-Йорк Таймс от 6 января 2015 года, Танзания занимала 7-е место из 45 лучших мест для посещения. Туристская индустрия Танзании в настоящее время насчитывает 27 тысяч рабочих мест и даёт 25% поступлений иностранной валюты Танзании.

В 2016 году Танзанию посетило около 1 миллиона туристов, которые принесли стране доход в \$1,7 млрд.

Итак, Танзания в 2016 г. заняла 11-е место в Африке и 108-е в мире, поднявшись на одну позицию по сравнению с предыдущей оценкой. Главным богатством Танзании для туристов остаются ее потрясающие природные ресурсы (4-е место в мире). Это подкрепляется достаточно высоким уровнем устойчивости окружающей среды (45-е место в мире). Однако, защита богатой фауны в стране остается сложной задачей, о чем свидетельствует низкое место в рейтинге (110-е) по доле исчезающих видов [2, с. 45].

В Танзании политическая обстановка значительно улучшилась с точки зрения открытости. В стране подписан ряд двусторонних соглашений с несколькими государствами, также наблюдается активное развитие услуг аэропортов. Кроме того, упрощаются визовые требования. Тем не менее, остается открытым вопрос о защите прав собственности (103-е место)..

К другим сдерживающим факторам развития туризма в стране можно отнести уровень развития инфраструктуры, которая требует значительной модернизации, а также недостаточный уровень безопасности (120-е место). Еще одной областью Танзании, на которой необходимо сосредоточиться, является необходимость повышения качества трудовых ресурсов (116-е место). Особенно требуется улучшение здоровья рабочей силы, всех видов инфраструктуры и модернизация системы образования.

Ресурсы дикой природы Танзании являются самыми благоприятными в мире. Они включают национальные парки; равнины Серенгети, Кратер Нгоронгоро, гору Килиманджаро (высшую точку Африки) и озеро Маньяра, которые являются самыми посещаемыми объектами страны среди туристов. На юге находятся заповедники Гомбе, Махал и национальный парк Катави.

К другим природным достопримечательностям относятся: белые песчаные пляжи к северу от Дар-эс-Салам и вокруг Линда на юге страны, экзотические «острова специй» Унгужа и Пемба, а также комфортные места для рыболовства на острове Мафия. Вдоль побережья Индийского океана находятся остатки древних поселений.

Танзания входит в четверку стран обладающих наибольшим биоразнообразием в мире (2-е место в Африке): здесь существует наибольшее число видов птиц (около 1500), наибольшее число млекопитающих и представлено три четверти растительного мира Восточной Африки (более 10 тыс. видов) [4, с. 106].

Наиболее известным племенем Танзании (хотя не крупнейшим) являются Масаи, скотоводы, они населяют регион вокруг парков на севере страны, но есть по меньшей мере еще 127 других племен в Танзании, и пусть они не столь красочны на вид и не всегда это

вооруженные копьями воины, но они обладают не менее богатыми традициями, историей, обычаями, верованиями и музыкой.

Общая средняя продолжительность пребывания гостей в Танзании обычно – 12 ночей, это более высокая средняя продолжительность пребывания в сравнении со средним показателем в 10 ночей по Африке в целом, фиксируется на протяжении последних трех лет.

В 2016 г. основные туристы в Танзанию приезжали из Италии, США, Великобритании и ЮАР. Результаты опросов отражают доминирование Италии, США и Великобритании в качестве основных туристских потоков в Танзанию, что в значительной степени является результатом активных рекламных кампаний изучаемой дестинации в данных странах.

На сегодняшний день Правительство Танзании продолжает курс реформ, направленных на либерализацию финансовой среды, широкую программу приватизации и переход к рыночным отношениям. Значительно возросло количество коммерческих банков, в Дар-эс-Саламе открыта фондовая биржа. Кроме того, совершенствуется законодательство в области создания условий по привлечению инвестиций. Но коррупция, бюрократизм и нехватка средств на всех уровнях тормозят реализацию программ экономических преобразований.

Таким образом, резюмируя вышесказанное, отметим, что Танзания считается одной из самых привлекательных и популярных стран Африки для туристского посещения. Эта африканская страна является перспективной в сфере развития экотуризма. Активный туризм Танзании представлен дайвингом и скалолазанием. На территории страны существует значительное количество заповедников, заказников и природоохранных территорий, которые привлекают все больше путешественников.

### Литература

1. Горюнов Д.П. Путешествия и экспедиции – Африка / Д.П. Горюнов – М. : ЭСКОМО, 2010.– 520 с.
2. Дроздов А.В. Экотуризм: определения, принципы, признаки, формы / А.В. Дроздов. – М.: Изд-во МГУ, 2015. – 104 с.
3. Квартальнов В.А. Международный туризм: политика развития: Учеб. Пособие / В.А. Квартальнов, А.А. Романов. – М.: ЭСКОМО, 2013 – 326 с.
4. Мозговая О. Современные мотивации развития экологического туризма и механизмы его регулирования / О. Мозговая // Международные экономические отношения. – 2015. – № 4 – 70 с.
5. Сергеева Т.К. Экологический туризм / Т.К. Сергеева. – М. : Финансы и статистика, 2014.–360 с.

**Гуменная Н.С. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку екологічного туризму в Танзанії**

*У статті наведено визначення поняття «екологічний туризм», сучасна статистика і стан екотуризму в світі. Крім того описані основні тенденції та світові центри екологічного туризму, також проаналізовано туристський потенціал Танзанії в системі екотуризму.*

**Ключові слова:** екологічний туризм, Танзанія, природна територія, подорожі, рекреаційні ресурси.

**N. Humennaya Current state, problems and prospects for the development of ecological tourism in Tanzania**

*The article provides a definition of the concept of “ecological tourism”, modern statistics and the state of ecotourism in the world. In addition, the main trends and world centers of ecological tourism are described, as well as the tourism potential of Tanzania in the ecotourism system.*

**Key words:** ecological tourism, Tanzania, natural territory, travel, recreational resources.

УДК 338.48, 338.49

*Дитковская Светлана Алексеевна,  
кандидат педагогических наук, доцент,  
доцент кафедры туризма, гостиничного и ресторанного дела  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[ditkovskaya@yandex.ru](mailto:ditkovskaya@yandex.ru)*

**К ВОПРОСУ О ТУРИСТСКОМ РАЙОНИРОВАНИИ МИРА**

*В статье на основе анализа научных исследований рассмотрены подходы к туристскому районированию стран мира. Указывается, что на сегодняшний день все системы туристского районирования мира разработаны в рамках рекреационного, системно-структурного, геокультурного, геоисторического и интегрального подходов. Большинство ученых под туристским районированием понимают разделение территории на определенные таксономические единицы, отличающиеся специализацией туристского обслуживания, структурой туристских ресурсов и направлением их освоения и охраны.*

**Ключевые слова:** туристское районирование, сфера туризма, таксономические единицы, Всемирная туристская организация.

На сегодняшний день под влиянием либерализации и интеграции торговля туристскими услугами заняла значительное место в системе международного обмена и оказывает существенное влияние на мировое экономическое развитие. В то же время, являясь важной отраслью мирового хозяйства международный туризм, отличается крайне неравномерным уровнем развития в туристских макрорегионах мира. Причины этого – разный уровень социально-экономического развития, различия в структуре потребительского спроса и жизненных установках различных социальных и демографических групп населения. Все это обуславливает важность комплексного исследования туристского районирования мира. Это довольно важная задача, так как решение ее позволяет с наибольшей эффективностью использовать определенные территории для развития туристской индустрии и инфраструктуры.

Концептуальные основы эволюции и сущности международного туризма, его взаимосвязи с тенденциями мирохозяйственного развития находятся в поле зрения широкого круга специалистов постсоветского пространства: А.Ю. Александровой, А.В. Бабкина, В.Ю. Воскресенского, В.К. Киптенко, А.А. Глушко, Г.А. Папирына, С.А. Щербаковой и других. Однако статистическая информация в трудах представленных исследователей имеет устаревший характер и используется, в основном, для исторического анализа. Значительный вклад в развитие учения о туристских регионах и туристском районировании мира внесли видные исследователи, среди которых необходимо отметить А.А. Бейдыка, А.А. Глушко, Ю.Д. Дмитриевского, В.Л. Крищонаса, М.П. Мальской, Д.В. Николаенко, Е.А. Окладниковой, А.А. Романова, Р.Г. Саакянца, А.М. Сазыкина, А.А. Самойленко, В.И. Кружалина, Н.С. Мироненко, Н.В. Шабалина. Несмотря на наличие вышеуказанных научных публикаций, единый подход к решению проблемы туристско-рекреационного районирования отсутствует.

Исходя из практической актуальности и недостаточной разработанности проблемы в научной литературе, нами была определена следующая цель научной статьи – изучить научные подходы к туристскому районированию стран мира.

Рекреационное и туристское районообразование – частный случай общего процесса районообразования. Оно также связано с определенным типом освоения территории, которая приобретает рекреационные функции и, следовательно, специализацию в рамках общего разделения труда целостного пространства региона или страны [1]. Районирование – выявление территориальной дифференциации и интеграции географической оболочки или ее частей, природных и социально-экономических процессов взаимодействия общества и природы. Туристское районирование – разделение территории на определенные таксономические единицы, отличающиеся специализацией туристского обслуживания, структурой туристских ресурсов и направлениям их освоения и охраны [2]. Туристское районирование является довольно непростой задачей. Причины этого следующие: рассматривается территория всего мира, то есть очень разные, не схожие друг с другом

зоны; райони́рование должно охватить такие места, где туризма практически нет или он слабо развит, но для него есть определенные предпосылки.

По мнению специалистов в сфере туризма А.А. Романова и Р.Г. Саакянца к числу районообразующих факторов в международном туризме относятся: 1) основные особенности географического положения с точки зрения туризма; 2) характер природы, уровень комфортности климатических условий, богатство и разнообразие рекреационных ресурсов, возможность и удобство их использования; 3) насыщенность территории природными и культурно-историческими достопримечательностями, их взаимосочетание и положение по отношению к основным зонам и центрам туризма; 4) степень привлекательности природных и культурно-исторических достопримечательностей для основной части туристов и перспективной клиентуры; 5) уровень доступности района с точки зрения существующих коммуникаций; 6) уровень необходимых затрат во времени для прибытия на данную территорию и возвращения домой; 7) общий уровень затрат финансовых средств туристами для совершения путешествия; 8) уровень развития туристской инфраструктуры. Ученые проводят туристское райони́рование зарубежного мира на основе системно-структурного подхода – за самую крупную территориальную единицу берется регион. Следующей единицей туристского райони́рования является страна [2].

Исследователь Е.А. Окладникова выделяет восемь туристских регионов мира: Европейский, Средиземноморский, Североамериканский, Латиноамериканский, Австрало-Океанийский, Азиатский, Южноазиатский, Африканский [3, с. 380-382]. К сожалению, принципы райони́рования в исследовании не представлены.

Ученые А.А. Самойленко и М.П. Мальская провели деление территории, при котором районы идентифицируются по наличию у них особых рекреационных признаков и выделяют туристские макрорегионы мира, которые отличаются друг от друга по набору и степени выраженности признаков: Европа, Америка, Азия и Тихоокеания, Африка, Ближний и Средний Восток, Южная Азия [4, 5].

Ведущий специалист в области рекреационного райони́рования А.А. Бейдик в основу рекреационно-туристского райони́рования положил четырехступенчатую иерархическую систему таксономических единиц: макрорайон-мезорайон-подрайон-микрорайон. В целом, он выделяет в мире восемь макрорайонов. К ним относятся Европа, Азия, Северная Америка, Южная Америка, Центральная Америка и бассейн Карибского моря, Африка, Австралия и Океания, Антарктида [6].

Исследователь Ю.Д. Дмитриевский разработал собственную систему туристско-рекреационного райони́рования. Им предложена следующая иерархия туристских районов: туристско-рекреационная зона; туристский макрорайон; туристский мезорайон; туристский микрорайон. Всего за пределами стран СНГ выделено 24 туристско-рекреационные зоны, которые делятся на 83 туристских макрорайона мира. Только в ряде случаев (например, в Великобритании и Италии) представлено туристское райони́рование на уровне мезорайонов [7, с. 15-17].

В географии культуры наиболее интересная система районирования мира разработана в рамках геоисторической концепции. Геоисторические регионы – это «действующие лица» истории, и в этом названии подчеркивается их роль осязаемых носителей синтеза географии с историей [8, с. 95-113].

Всемирная туристская организация (далее – ЮНВТО) предлагает собственную схему рекреационного районирования. В ее основу положена трехступенчатая система таксономических единиц: макрорегион-субрегион-подрегион. Такой подход носит название интегральный.

ЮНВТО определяет туристский регион как территорию, которая располагает большой сетью специальных сооружений и услуг, необходимых для организации отдыха или оздоровления. Из данного определения следует вывод о том, что туристский регион, для того чтобы считаться самостоятельным, должен иметь все необходимые сооружения для пребывания в нем туристов, туристский регион определяется как место, располагающее туристскими сооружениями и услугами, которые выбирает турист. Макрорегионы – наиболее иерархические единицы туристского районирования мира. Вследствие большой территории, неравномерности экономического и политического развития и ресурсной обеспеченности они подразделяются на субрегионы. Субрегионы – части макрорегионов, состоящие из отдельных групп стран. Подрегионы – составляющие субрегионов, группы стран. ЮНВТО выделяет 5 макрорегионов и 14 субрегионов: Европейский макрорегион (Северная Европа, Западная Европа, Центральная и Восточная Европа, Южная и Средиземноморская Европа); Азиатско-Тихоокеанский макрорегион (Северо-Восточная Азия, Юго-Восточная Азия, Южная Азия, Океания); Американский макрорегион (Северная Америка, страны Карибского бассейна, Центральная Америка, Южная Америка); Африканский макрорегион (Северная Африка, регион пустыни Сахара); Ближневосточный макрорегион.

В то же время, ряд ученых в статистике ЮНВТО указывают на некоторый разрыв в выделяемых туристских регионах мира. Так, по их мнению, Америка может быть рассмотрена в виде трех регионов: Северная Америка, Карибский бассейн и Латинская Америка; отсутствует единство и в выделении туристских регионов в Африке, Азии и Океании.

На основании анализа подходов ученых к туристскому районированию стран мира мы пришли к выводу, что на сегодняшний день все системы туристского районирования мира разработаны в рамках рекреационного, системно-структурного, геокультурного, геоисторического и интегрального подходов. Большинство ученых под туристским районированием понимают разделение территории на определенные таксономические единицы, отличающиеся специализацией туристского обслуживания, структурой туристских ресурсов и направлением их освоения и охраны.

## Литература

1. **Кусков А.С.** Рекреационная география. Учебно-методический комплекс // А.С. Кусков, В.Л. Голубева, Т.Н. Одинцова. – М. : МПСИ, Флинта, 2005. – 496 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: [http://tourlib.net/books\\_tourism/kuskov-rekr.htm](http://tourlib.net/books_tourism/kuskov-rekr.htm) (дата обращения 02.12.2017). 2. **Романов А.А.** География туризма: Учебное пособие / А.А. Романов, Р.Г. Саакянц. – М. : Советский спорт, 2002. – 464 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: [http://tourlib.net/books\\_tourism/romanov.htm](http://tourlib.net/books_tourism/romanov.htm) (дата обращения 24.11.2017). 3. **Окладникова Е.А.** Международный туризм. География туристских ресурсов мира: Учебное пособие // Е.А. Окладникова. – М.: СПб.: ИФК Омега-Л; Учитель и ученик, 2002. – 384 с. 4. **Самойленко А.А.** География туризма : учеб. пособие / А.А. Самойленко. – Ростов н/Д : «Феникс», 2006. – 368. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: [http://tourlib.net/books\\_tourism/samojlenko.htm](http://tourlib.net/books_tourism/samojlenko.htm) (дата обращения 24.11.2017). 5. **Мальська М.П.** Туристичне країнознавство. Європа. : Навч. посіб. – 2-ге вид. // М.П. Мальська, М.З. Гамкало, О.Ю. Бордун. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 224 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: [http://tourlib.net/books\\_ukr/malska-tke.htm](http://tourlib.net/books_ukr/malska-tke.htm) (дата обращения 24.11.2017). 6. **Бейдик О.О.** Рекреаційно-туристські ресурси України : Методологія та методика аналізу, термінологія, районування // О.О. Бейдик. – К.: ВПЦ «Київ, ун-т», 2001. – 395 с. 7. **Дмитревский Ю.Д.** Туристские районы мира: Учебное пособие // Ю.Д. Дмитриевский. – Смоленск: СГУ, 2000. – 224 с. 8. **Крицюнас В.Л.** Геоисторическая парадигма и районирование мира / В.Л. Крицюнас // Вопросы экономической и политической географии зарубежных стран. – Вып. 13. Проблемы общественной географии. – М., 1993. – С. 95–113.

### **Дітковська С.А.** До питання про туристське районування світу

*У статті на основі аналізу наукових досліджень розглянуто підходи до туристського районування країн світу. Зазначається, що на сьогоднішній день всі системи туристського районування світу розроблені в рамках рекреаційного, системно-структурного, геокультурного, геоісторичного та інтегрального підходів. Більшість вчених під туристським районуванням розуміють поділ території на певні таксономічні одиниці, що відрізняються спеціалізацією туристського обслуговування, структурою туристських ресурсів і напрямком їх освоєння і охорони.*

**Ключові слова:** туристське районування, сфера туризму, таксономічні одиниці, Всесвітня туристська організація.

### **S. Ditkovskaya To the Question About the Tourist Zoning of the World**

*In the article on the basis of the analysis of scientific researches approaches to tourist zoning of the countries of the world are considered. Indicates that to date, all systems of the tourism division of the world developed in the framework of recreational, systemic-structural, geo-cultural, geohistorical and integrated approaches. The majority of scientists under the tourism zoning to understand the division of the territory into defined taxonomic units,*



*characterized by specialization of tourist services, the structure of the tourism resources and the direction of their development and protection.*

**Key words:** *tourist zoning, sphere of tourism, taxonomic units, world tourism organization.*

УДК 005.44:338.48(100)

**Кнодель Людмила Владимировна,**  
доктор педагогических наук, профессор,  
зав. кафедры гуманитарной подготовки  
Института криминально-исполнительной службы НАВД, Киев  
[knodel@ukr.net](mailto:knodel@ukr.net)

## ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ

*XXI век характеризуется очень быстрым развитием международного туризма. Большое значение для поддержания культурных контактов и осуществления тесной связи между народами имеет деятельность ВТО и других туристических организаций всемирного характера – ООН, особенно ЮНЕСКО. Современное человечество состоит из многочисленных сообществ, более 200 государств. Оно говорит 2000 языками, исповедует множество религий. В начале нового тысячелетия туризм прочно утвердился во многих странах как основная отрасль экономики, которая наиболее быстро развивается, обеспечивая приток иностранной валюты и создания рабочих мест. Туризм является одной из самых эффективных и самых перспективных отраслей народного хозяйства. На долю этого региона приходится свыше 70% мирового туристического рынка и около 60% валютных поступлений. Примерно 20% приходится на Америку, менее 10% – на Азию, Африку, и Австралию вместе взятые.*

**Ключевые слова:** *туризм, международный туризм, глобализация, индустрия туризма, сегмент.*

XXI век принес целый комплекс сложных проблем, связанных с дезорганизацией научной и технической деятельности человека и ее глобальными последствиями.

«Первая глобальная революция» – такой было название отчетов Римского клуба, опубликованных в 1991 году. В них было сказано, что человечество разрушает планету и подготавливает разрушения все больше и больше, получая материальную выгоду от эксплуатации природы.

Подобное беспокойство пронизывает воззвание «Внимание человечеству», подписанное 18 ноября 1992 г. 1500 учеными из 68 стран

и адресованное главам государств всего мира. XX век передал особое наследство веку XXI: противоречивые и запутанные проблемы, решение которых требует новых подходов, разрешение концептуальных идей в различных сферах человеческой жизнедеятельности [2].

Нельзя отрицать тот факт, что туристическая отрасль успешно развивается за последние 30 лет. В большей степени своим успехом туризм обязан широкой практике использования различных инноваций в своей сфере.

Цифры и факты наглядно показывают, что такое развитие туризма ожидается и в ближайшем будущем.

XXI век характеризуется очень быстрым развитием международного туризма. В последнее десятилетие он приобрел массовый характер. Этому способствовало, как определенные объективные факторы (в частности, повышение жизненного уровня во многих странах), так и деятельность международных, региональных и национальных туристских организаций, требующих от государств обеспечения большего доступа к туризму для разных слоев населения. Большое значение для поддержания культурных контактов и осуществления тесной связи между народами имеет деятельность ВТО и других туристических организаций всемирного характера – ООН, особенно ЮНЕСКО.

С помощью ЮНЕСКО международные туристические организации провели ряд международных конференций по различным вопросам развития общества и культуры. Международный туризм, безусловно, способствует процессу взаимодействия культур различных регионов и народов мира и их взаимообогащению.

Современное человечество состоит из многочисленных сообществ, более 200 государств. Оно говорит 2000 языками, исповедует множество религий. В начале нового тысячелетия туризм прочно утвердился во многих странах как основная отрасль экономики, которая наиболее быстро развивается, обеспечивая приток иностранной валюты и создания рабочих мест. **Туризм** является одной из самых эффективных и самых перспективных отраслей народного хозяйства, которая по экономическим показателям опередила даже автомобильную промышленность и заняла второе место после компьютерной.

Поступления от туризма в мире выросли в 300 раз за 50 лет – из \$2 млрд. в 1950 году до \$600 млрд. в 2015 году. Наибольшее развитие международный туризм получил в западноевропейских странах.

На долю этого региона приходится свыше 70% мирового туристического рынка и около 60% валютных поступлений. Примерно 20% приходится на Америку, менее 10% – на Азию, Африку, и Австралию вместе взятые.

В 1950 г. в мире было совершено 25 млн международных туристических поездок, в 2000 г. – 800 млн., в 2020 г. ожидается 1,5 млрд.

В 2015 США посетили 45,5 млн туристов (доход страны от туризма – \$68,4 млрд.), Францию – 76,5 млн туристов (\$29,3 млрд.), Испанию – 49,5 млн туристов (\$27,3 млрд.), Россию – 20,2 млн туристов (\$6,3 млрд.).

Международный туризм входит в число трех крупнейших отраслей, уступая нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению, удельный вес которых в мировом экспорте 11% и 8,6%. Туризм стал составной частью стратегических концепций экономического и социального развития. Туризм пытались и пытаются развивать страны, имеющие совершенно различные экономики и политические системы [1].

К примеру, после распада СССР и прекращения советских субсидий Кубе туризм стал основным двигателем экономики острова Свободы. В 90-е годы Ирак организовал международную рекламную кампанию: «От Навуходоносора до Саддама Хусейна: 2240 лет мира и процветания».

Многие страны использовали туризм для того, чтобы трудоустроить людей, потерявших работу из-за упадка каких-либо других отраслей экономики. В мире есть достаточно много государств, получающих львиную часть своих доходов за счет туристов. Так живут, например, европейские Монте-Карло и Сан-Марино, бюджет которых на 90% формируется за счет туристических поступлений [5].

На Кипре в сфере туризма заняты 25% людей трудоспособного возраста. Даже в странах, имеющих диверсифицированные экономики, образуются специальные туристические зоны. К примеру, Лос-Анджелес в США менее чем за столетие превратился из маленького городка в огромный мегаполис.

Причиной тому послужил его мягкий климат и близость к океану, что позволило ему стать сперва популярным местом отдыха, а впоследствии нарастить и другие экономические мускулы.

Историк Фебе Кропп, автор исследования «Культура и память современного американского места», утверждает, что туристы трансформируют мир под свои нужды, причем, когда меняются туристы – меняется и мир. Она описывает показательную метаморфозу, произошедшую с калифорнийским городком Палм-Спрингс.

В начале XX века это был маленький курорт для туберкулезных больных. В 50-е годы он стал любимым зимним местом отдыха для элиты западных штатов США. В 60-е – популярным среди голливудских кинозвезд курортом. В 70-е годы он преобразился вновь – на сей раз его облюбовали состоятельные пенсионеры. В 90-е Палм-Спрингс стал местом отдыха геев и лесбиянок. В начале XXI века произошла новая метаморфоза: местное индейское племя создало на своей территории казино, в результате Палм-Спрингс начал превращаться в центр игорного бизнеса [1].

ВТО в своей классификации выделяет страны, являющиеся преимущественно поставщиками туристов: США, Бельгия, Дани, Германия,

Голландия, Нова Зеландия, Швеция, Канада, Англия и страны являющиеся, в основном, принимающими туристов: Австралия, Греция, Кипр, Португалия, Франция, Швейцария, Египет. Международный туризм обеспечивает крупнейшие в мире поступления от экспорта. Он является важным фактором обеспечения платежного баланса для большинства стран. По прогнозам ВТО количество участников международного туризма в 2020 году превысит 1,5 млрд. человек.

За последние годы значительных успехов в развитии индустрии туризма добилась Польша. Еще в 1985 и 1990 годах, по данным ВТО, эта страна занимала 17 и 19 места в Европе по приему туристов. А в 1996 году Польша поднялась на шестое место, приняв 19,4 млн. человек и получив \$8,4 млрд. дохода. Для Польши характерным является особенно большое число визитеров – туристов, которые не остаются на ночлег[1].

Глобализация мировой экономики, динамично развивалась в 1990-х годах – начале XXI века и повлияла и на развитие туристического сектора.

Рост спроса на туристические услуги привел к образованию острой конкуренции и распространению многих наднациональных корпораций в туристической торговле и гостиничной индустрии.

Распространенное использование новейших технологических решений, наряду с другими современными средствами транспорта, компьютерными системами бронирования и резервирования гостиниц, продажей туристических путешествий или современных линий обслуживания привело к зарождению феномена международного массового туризма, который получил название «технизированный туризм».

Современный туризм, развиваясь постепенно, незаметно сумел проникнуть в очень многие сферы деятельности, превращаясь в выдающееся явление нашей жизни, внося свои изменения в повседневную жизнь и мироощущение человека.

Рост популярности туризма требовал развития инфраструктуры, и материального обеспечения путешествий, что дало толчок развитию многих отраслей экономики, поэтому туризм превратился из простого преодоления маршрута или комфортного отдыха, в клубок взаимоотношений, контактов и событий, тесно переплетенных между собой, и постоянно сопровождающих туриста в пути.

Высокий уровень популярности туризма способствовал появлению собственной индустрии туризма, которая активно развиваясь, привлекает в различные отрасли экономики значительные финансовые инвестиции, оказывая влияние на мировую экономику. 11% товаров потребления, 7% всех инвестиций в мире, приблизительно 6% мирового валового национального продукта, практически каждое 16-е рабочее место приходится на туристическую сферу [1].

Активный туризм, являясь сильным экономическим стимулом развития страны и общества, также еще и очень полезен для здоровья, делая тем самым рассматриваемую проблему более актуальной.

Наряду с активным туризмом существует туризм, который принято называть «диким», который тесно примыкает к активному, а его приверженцы имеют своей целью посещение того, или иного места и осмотр тех или иных достопримечательностей. Основное отличие «дикого» туризма от активного состоит в том, что маршрут предстоящего путешествия не «заявлен».

На смену индустриальной эпохе, в которой основной ценностью было материальное благополучие, приходит постиндустриальная эпоха, где главной целью являются впечатления и ощущения. Немаловажными факторами, влияющими на развитие туризма стали развитие транспорта, связи, растущей мобильности, урбанизация, сокращение рабочего времени, рост общественного богатства. В этих условиях социально-экономические позиции туризма быстро укрепляются. Его доля в мировой торговле услугами составляет более 30 %.

На мировом рынке туристический продукт лидирует наравне с нефтью.

Ежегодный рост инвестиций в индустрию туризма составляет около 35 %. Туризм стал одним из самых прибыльных видов бизнеса и сегодня использует до 7 % мирового капитала.

Годовой доход от международного туризма ещё в 2011 году оценивался в \$573 млрд. При этом совершено было 1567 млн. международных путешествий. Туризм обеспечивает работой 137 млн. человек [5].

Быстрое усиление финансово-экономических позиций туристической отрасли привело к тому, что во многих странах мира туризм стал существенным фактором регионального развития. Органы территориального управления различных иерархических уровней, от графств и районов до федеральных властей, заботятся о развитии туризма и местностей, обладающих ценными рекреационными ресурсами.

Туризм рассматривается как катализатор региональной экономики, позволяющий задействовать не только весь комплекс рекреационных ресурсов, но и наиболее эффективным образом использовать совокупный производственный и социально-культурный потенциал территории при сохранении экологического и культурного разнообразия. Исходя из этого, власти инициируют разработку стратегии туристической активности, совместно с бизнесом – разработку туристической инфраструктуры, создание национальных парков и рекреационных зон, привлечение инвестиций и рост числа визитов в регион.

Согласно данным в 2015 году число только международных туристических поездок составило около 1 млрд (в 2004 году – 766 млн.).

На Европу пришлось 544 млн. прибытий, на страны Азиатско-Тихоокеанского региона – 156 млн., на Северную и Южную Америки – 133 млн., на прочие регионы – 75 млн.

Туристический продукт окончательно превратился в экономическую категорию лишь в условиях массового туризма [4].

Интенсивность туризма – показатель, дающий представление о том, какая часть населения страны ежегодно совершает хотя бы одну поездку.

Когда интенсивность туризма выше 50 %, можно говорить, что в данной стране туризм имеет массовый характер.

В 2011 году мировой туризм окончательно закрепил свой выход из кризиса – тут эксперты единодушны. Тенденции увеличения прибыли и количества туристов сохраняются в ближайшие несколько лет, а в нынешнем году, вполне возможно, будет даже поставлен новый рекорд по количеству путешествий [3].

Проанализировав ряд авторитетных источников (Всемирного туристического форума, World Travel Monitor Forum), а также сделав выводы из реалий туристического рынка и его маркетинговой составляющей, мы выделили 10 ключевых трендов, которые определяют будущее туризма в целом и, в частности, в Украине.

**1. По всему миру смещается сезонность и происходят существенные сдвиги в общей структуре спроса.** Многие опытные туристы выбирают отдых не просто «летом на пляже» или «зимой на лыжах». Стереотип отпуска в летнее время постепенно ломается по нескольким причинам.

Одной из причин сдвигов сезонности является изменение посткризисного сознания: у людей появилось четкое понимание, что жизнь проходит сейчас и ее не нужно откладывать на потом, а помимо работы важно обращать внимание на семью, личностное развитие, здоровье и физическую форму. К примеру, собственники бизнеса, менеджеры среднего и высшего звена теперь готовы путешествовать в бизнес-сезон (например, осенью). Еще одна причина – изменения в климате.

Экстремальную жару летом лучше переждать дома, а холодную зиму в теплой стране. Например, этой зимой небывалой популярностью у украинских туристов пользовалась Шри-Ланка, а 50% турпотока на острове составляли туристы из Европы.

**2. Появились принципиально новые виды туризма** – гастрономический туризм, дегустационные туры, диетические, шопинг-туры, туры-детокс, серф-туры (в которые туристы отправляются только для того, чтобы научиться серфингу). В структуре спроса происходит смещение приоритета со «стандартных» туров (пляжного отдыха) в пользу экскурсий и специальных программ. Особую популярность приобретают экстремальные путешествия: на воздушном шаре, выживание

в джунглях, экспедиции в Арктику, на Камчатку, вплоть до путешествий в космос.

Исследовательская компания Tourism Control Intelligence отмечает, что уже в ближайшее время Антарктида станет крупным центром экотуризма – там будут построены отели, рестораны и другие объекты инфраструктуры.

Растет популярность событийного туризма – поездки на пивной фестиваль, рок-концерт известной группы, футбольный или теннисный матч.

Особенно актуален этот тренд в Украине, так как сумма посещения концерта внутри страны с хорошим местом в зале или на стадионе вполне сопоставима с поездкой с той же целью, к примеру, в соседнюю Чехию или Польшу, а впечатлений больше.

**3. «Посткризисный» турист стал более требовательным** – как в отношении материальных ценностей, так и собственных впечатлений и потребностей.

Вкладывая в поездку минимум средств, он стремится получить максимум сервиса и впечатлений. Это не значит, что люди теперь меньше тратят, они стали внимательнее к своим затратам. Туристы стали лучше разбираться в отдыхе и его возможностях, они хотят за те же деньги получить более качественный сервис, комфортный отдых и насыщенную программу. Расположения отеля «100 метров до пляжа» или all-inclusive теперь явно не недостаточно. Туристы стремятся заранее узнать, какой на пляже вход в воду, качество песка или гальки, кто проводит анимацию, какая кухня и разнообразие блюд, оформление номера, обслуживание и т.п.

Вопреки прогнозам по снижению объема рынка, по результатам всемирного туристического мониторинга, в 2015 году общие затраты на международный туризм по всему миру возрасли на 7%, до \$781 млрд.

По сравнению с падением затрат на 9% в 2009 году эта тенденция свидетельствует о хороших темпах восстановления. В этом году эксперты ожидают, что больше всего готовы тратить на путешествия китайцы (прирост +22%), россияне (+26%) и бразильцы (+54%). Также в десятку входят Германия (+1,5%), США (+2,5%), Франция (+2,5%) и Италия (+3%) [2].

**4. Происходит перераспределение веса туристических направлений** - во всем мире и в Украине. В нашей стране это во многом связано с тем, что очень сильны «турецкие» операторы и в связи с этим другим игрокам «приходится» делать акцент на других направлениях – Испании, Греции, Хорватии и т.д. На перераспределение также существенное влияние оказали форс-мажорные обстоятельства, которые отпугнули туристов от некоторых направлений – нападение акул в Египте, революции в ряде арабских стран, забастовки и угроза

дефолта в Греции. В некоторых случаях весомой оказалась ценовая политика операторов – несмотря на форс-мажорные обстоятельства, некоторые популярные среди украинских туристов страны не снизили цены на отдых (Марокко, Тунис).

В это же время Испания, Греция и Кипр, еще год назад относившиеся к числу довольно дорогих мест для отпуска, пошли на значительные скидки, что позволило им перебрать на себя поток туристов среднего класса, предпочитающих европейский сервис и безопасность по цене, сравнимой с североафриканскими странами. Также нужно обратить внимание на то, что все больше появляется опытных туристов, которым «приелись» стандартные туры в Египет и Турцию.

**5. Поездки стали короче и чаще.** Посткризисное сознание повлияло на формирование «легких на подъем» туристов, которые проводят выходные в Европе или длинные уикенды в Азии (4-5 дней).

Мировая гостиничная отрасль в этом году продолжит выход из кризиса. Конечно, до полного восстановления еще очень далеко, но после 7%-ного падения количества проданных ночей в 2009 г., в 2015 году объемы возрасли на 5%, до 5,7 млрд. ночей [3].

Ключевой тренд 2015 года, по данным, обнародованным на Всемирном туристическом форуме, заключается в том, что люди стали путешествовать чаще, но на более короткие сроки. Цены на гостиничные номера повышаются, так как значительно возрос спрос, однако эти тенденции по регионам сильно разнятся. Более заметно растут цены на номера в Азии, в Европе же ценовая ситуация немного выровнялась после резкого падения в течение двух последних лет.

**6. Появился сегмент путешественников, которым важно получить собственные впечатления и опыт.** Им интересно уже не столько выложить фотографии в соцсетях или похвастаться среди коллег, что, мол, я был в Сингапуре или в другой экзотической стране. Для представителей этого сегмента стало важным не просто «поставить галочку» о факте посещения, а действительно получить полезный опыт, переживания и собственные впечатления от путешествия.

Для этих людей важны не пятизвездочные отели и готовые туры, но аутентичность, прикосновение к традициям другой страны. Они стремятся понять и прочувствовать другую культуру, быт, готовы жить даже в хостеле, но при этом не пожалеют денег на некую специфическую экскурсию или музей. Таких туристов уже много среди украинцев. Как правило, представители сегмента – люди достатка средний, средний+. Как раз на таких туристов ориентируется активно развивающееся в последнее время движение Slow Cities (зародилось в Италии) – сообщество небольших городов с населением до 50 000, которые делают упор на сохранении традиций в культуре, архитектуре, еде (SlowFoods), окружающей среде, и при привлечении туристов акцентируют свою уникальность.



**7. Оформился сегмент туристов, предпочитающих самостоятельно строить поездки без покупки готового тура.** Они в состоянии составить маршрут, найти и забронировать гостиницы, приобрести билеты на транспорт, позаботиться о картах, еде, брони и входных билетах к различным достопримечательностям.

Субтренд состоит в том, что под этот сегмент зарождаются турагентства. Такие люди обычно очень заняты и готовы заплатить комиссию, чтобы всю подготовительную и организационную работу сделали за них клиент-менеджеры. В отличие от заказа тура, сформированного оператором, турист может существенно сэкономить (до \$500 и 1000 евро).

**8. Социальные сети и мобильные технологии громко заявили о себе в туризме.** Как и в других сегментах бизнеса, в туризме наблюдается бурное развитие этой тенденции. Туристы стали мобильнее, регулярно «серфят» в интернете со своего смартфона и большинство из них зарегистрированы в 1-2-5 социальных сетях. Например, по данным Mandala Research, 52% из 152 млн. взрослых американских туристов используют соцсети и генерируют для экономики США \$102,9 млрд. за счет внутреннего туризма, по сравнению с \$69,5 млрд. от незарегистрированных пользователей [1].

**9. Появился специфический сегмент «здоровых и богатых».** Эти люди любят экологический туризм, заботятся, в первую очередь, об окружающей среде и готовы даже переплатить за «зеленый» отдых и услуги.

Они выбирают более экологичные способы путешествий, способствующие снижению выбросов CO<sub>2</sub>, ведь мировой туризм, по оценкам экспертов, дает 5%-ную долю совокупных выбросов углекислого газа на планете (40% из которых – авиаперевозки, 32% – автопередвижения).

Масштабная популяризация надгосударственных туристических интересов, а также концентрация, фактически, всех решающих факторов в конкурентоспособности туристических направлений являются результатом глобализации.

## Литераура

**1. World Tourism Organization (WTO).** Educating the Educators in Tourism. Instituto de Turismo, Empresa y Sociedad y Universidad Politecnica de Valencia. – Madrid: WTO, 2010. – P. 34-45. **2. European Commission Culture** / [Электронный ресурс] – Режим доступа: [ec.europa.eu/culture/eac/index\\_en.html](http://ec.europa.eu/culture/eac/index_en.html) / – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 15.08.2016. **2. Organisation for Economic Co-operation and Development** [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.oecd.org](http://www.oecd.org) – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 10.08.2016. **4. www.UNESCO.org** и **www.UNESCO.ru** [Электронный ресурс] – Режим доступа: // – Заголовок с экрана. – Дата обращения:

10.08.2016. **5. WTO** / [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org) – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 15.08.2016.

### **Кнодель Л.В. Глобалізація і міжнародний туризм**

*XXI століття характеризується дуже швидким розвитком міжнародного туризму. Велике значення для підтримки культурних контактів і здійснення тісного зв'язку між народами має діяльність СОТ та інших туристичних організацій всесвітнього характеру - ООН, особливо ЮНЕСКО.*

*Сучасне людство складається з численних спільнот, понад 200 держав. Воно говорить 2000 мовами, сповідує безліч релігій. На початку нового тисячоліття туризм міцно утвердився в багатьох країнах як основна галузь економіки, яка найбільш швидко розвивається, забезпечуючи приплив іноземної валюти і створення робочих місць.*

*Туризм є однією з найбільш ефективних і найперспективніших галузей народного господарства. На частку цього регіону доводиться понад 70% світового туристичного ринку і близько 60% валютних надходжень. Приблизно 20% доводиться на Америку, менш 10% - на Азію, Африку, та Австралію разом узяті.*

**Ключові слова:** туризм, міжнародний туризм, глобалізація, індустрія туризму, сегмент.

### **L. Knodel Globalization and international tourism**

*The 21st century is characterized by a very rapid development of international tourism. Great importance for the maintenance of cultural contacts and close communication between peoples is the activities of the WTO and other tourism organizations of global nature - the UN, especially UNESCO. Modern mankind consists of numerous communities, more than 200 states. It speaks in 2000 languages, professes many religions. At the beginning of the new millennium tourism has firmly established itself in many countries as the main branch of the economy, which is developing most rapidly, ensuring the inflow of foreign currency and job creation.*

*Tourism is one of the most effective and most promising sectors of the national economy. This sphere accounts for more than 70% of the world tourism market and about 60% of foreign exchange earnings. Approximately 20% are in America, less than 10% - in Asia, Africa, and Australia combined.*

**Key words:** tourism, international tourism, globalization, tourism industry, segment.

**Халапурдина Виталия Витальевна,**  
кандидат географических наук, доцент,  
кафедры туризма, гостиничного и ресторанного дела  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[zv86@bk.ru](mailto:zv86@bk.ru)

## РАЗВИТИЕ ВИННОГО ТУРИЗМА В МИРЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

*В статье изучено развитие винного туризма в мире на современном этапе. Исследована динамика производства вина, выявлены крупнейшие производители вина в мире. Определено, что страны с традиционно высоким уровнем виноделия оказывают значительное внимание развитию винного туризма, который является не только важным элементом туристских аттракций, но и существенным фактором стабилизации местного экономического развития, сохранения трудового и производственного потенциала.*

**Ключевые слова:** винный туризм, туристская индустрия, Международная организация винограда и вина, винные регионы, винные туры.

Одним из перспективных направлений развития рынка туристских услуг является винный туризм – тематический вид туризма, связанный с ознакомлением с историей, технологией и культурой производства потребление вин в определенном регионе и их дегустацией непосредственно у производителя. Винодельческая отрасль как сегмент пищевой промышленности и туризм как отрасль индустрии услуг в разных сферах экономической деятельности, отличаются по технологии, организации и управленческим механизмам экономической деятельности, отраслевой нормативной регулировкой и тому подобное. Виноделие в значительной степени зависит от сырьевой базы, специализирующейся на выпуске однородной стандартизированной продукции.

Туризм, как и индустрия гостеприимства, характеризуется, прежде всего, необходимостью комплексного взаимодействия субъектов различных сфер деятельности и дифференцированной ценовой политикой. Через широкий диапазон экономических, технических, культурных, социальных, профессиональных и маркетинговых факторов эти две отрасли экономики сочетаются в винном туризме с взаимной пользой и значительными выгодами для потребителей, регионов и стран.

Теоретическую основу исследования составили работы ученых И.М. Бабич, Н.В. Билько, В.А. Домарецкого, В.А. Загоруйка (освещены вопросы истории и технологии производства виноградных вин, их пищевой и терапевтической ценности); Т.И. Божук, И.И. Комарницкого, Е.С. Масловой, Л.А. Прокопчук, А.С. Пергат, Т.И. Шпараги, Е.П. Шольц-Куликова, (рассматриваются отдельные аспекты организации винных и гастрономических путешествий), при этом проблема развития винного туризма в мире исследована недостаточно, чем и обусловлен выбор темы исследования.

Целью данной статьи является изучение развития винного туризма в мире на современном этапе.

Проблемами виноградарства и виноделия на мировом уровне занимается Международная организация винограда и вина (МОВВ),



*Рисунок 1 – Динамика производства вина в мире*

Как отмечают в МОВВ, основными причинами падения производства вина являются неблагоприятные погодные условия в ключевых винодельческих странах Европы, таких как Испания, Италия и Франция. Весной виноградники пострадали от заморозков, летом – от жары. В Калифорнии большой ущерб виноделам нанесли пожары [5].

В 2017 году самым крупнейшим производителем вина в мире стала Италия с объемом производства в 39,3 млн. гл., далее идут Франция – 36,7 млн. гл., Испания – 33,8 млн. гл., США – 23,3 млн. гл., Австралия – 13,9 млн. гл. Остальные страны имеют следующие показатели: Аргентина (8.1 млн. гл.), Китай (11,7 млн. гл.), ЮАР (10,8 млн. гл.), Чили (9.5 млн. гл.), Германия (8.1 млн. гл.), Португалия (6.6 млн. гл.), Российская Федерация (5,6 млн. гл.), Румыния (5.3 млн. гл.), Венгрия (2.9 млн. гл.), Австрия (2.4 млн. гл.) [4; 5] (Рисунок 2).



Рисунок 2 – Основные страны производители вина в мире в 2017 году

Страны с традиционно высоким уровнем виноделия оказывают значительное внимание развитию винного туризма, который является не только важным элементом туристских аттракций, но и существенным фактором стабилизации местного экономического развития, сохранения трудового и производственного потенциала.

Согласно сообщениям мировых информационных агентств, популярность винного туризма растет. На сегодня доходность этого бизнеса в Европе составляет около 2,5 млрд. евро в год, в Калифорнии – 1,5 млрд. долл. США. Только в Италии насчитывается примерно пять миллионов активных винных туристов. Эксперты считают, что винный туризм использует только 20% потенциала и может легко удвоить обороты в ближайшем будущем [1].

В винной индустрии часто используется понятие Старого и Нового Света. К Старому Свету относится вся Европа и другие страны бассейна Средиземного моря: Ближний Восток и Северная Африка. Два последних района в смысле производства вина пока даже близко не могут конкурировать со «старушкой Европой», поэтому говоря о винах Старого Света, конечно же в первую очередь подразумевают Европу. К винам Старого Света относится продукция России и других бывших республик СССР – Украины, Грузии, Армении, Молдавии и т. д. [6].

Основными регионами винного туризма Старого Света, являются: Франция, Италия, Испания, Португалия, Венгрия, Россия, Грузия. Мировыми лидерами по производству вина наивысшего качества являются Италия и Франция. Термин «вина Нового Света» преимущественно относится к продукции стран Африки, Австралии,

Южной и Северной Америк: в эту категорию входят Аргентина, Чили, Новая Зеландия, ЮАР, США и Канада.

Основным различием Старого и Нового Света, является система регулирования виноделия, не имея таких древних винодельческих традиций, как Европа, США и Австралия – больше полагаются на науку, нежели на географию. Страны Нового Света, учатся экспериментировать с теми сортами, которые они имеют. Вина, они в основном производят из одного сорта винограда, не купажируя (смешивая) их, поэтому вкусовые характеристики отличаются существенно. Однако в странах Нового Света развитие винного туризма, находится на достаточно высоком уровне. Так, например, США принимают на своих винодельческих предприятиях не меньше туристов, чем Франция или Италия.

На мировом уровне развитием винного туризма занимается международный проект «Great Wine Capitals». По исследованиям этой организации, среди преимуществ, которые дает винный туризм отдельному винодельческому предприятию и обществу в целом, на первом месте – позитивный имидж (68,9% респондентов), дополнительные поступления (61,9%), укрепление позиций торговой марки (53,8%), стимулирование других видов туризма (52,8%). Наиболее популярными услугами в винном туризме считают потребительские винные дегустации (83,1%), экскурсии на винодельни (74,9%), посещение эногастрономических обедов и ресторанов (39,9%), проживание в специализированных заведениях размещения (28,7%), а также развлечения, спорт, посещение культурных достопримечательностей (20,8 %), посещение выставок (17,1%), музеев (10,1%), винное SPA (3,6%); 73,8% опрошенных указали на увеличение продаж винно-коньячной продукции за последние пять лет благодаря винному туризму, а также рост объемов экспорта продукции. При этом до 20% поступлений обеспечивают собственно туристские услуги. Если оценивать доходы отдельного предприятия от услуг винного туризма, то в среднем они составляют: Бордо – 96292 долл. США; Мейнц – 50156 долл. США; Флоренция – 73078 долл. США; Порто – 38605 долл. США; Бильбао-Риоха – 82500 долл. США; Кейптаун – 70433 долл. США [2].

Специалисты отмечают, что организация винного туризма является положительным моментом деятельности в период экономического кризиса, требует значительных инвестиций и быстро окупается в кратко - и среднесрочной перспективе.

Перспективными регионами для винного туризма являются Венгрия, Германия, Словакия, Шотландия, Капский винный регион ЮАР, Грузия, Молдова, Чили, Аргентина, Китай и др., где существует развитая сеть винных путей, музеев, предприятий винодельческой отрасли.

Оригинальными являются туры в Израиль, где туристы могут ознакомиться с технологией изготовления и культурой потребления кошерных вин. Много стран предлагают специализированные туры,

связанные с традицией изготовления и потребления оригинальных местных напитков: текилы (Мексика), виски (Шотландия), чачи (Грузия), саке (Япония), грога и эля (Великобритания), пива (Германия, Чехия).

Таким образом, нами было изучено развитие винного туризма на современном этапе. На сегодня популярность винного туризма в мире растет, он использует только 20% потенциала и может легко удвоить обороты в ближайшем будущем. В 2017 году крупнейшим производителем вина в мире стала Италия, далее идут Франция, Испания, США, Австралия, Аргентина, Китай и др. Сравнивая регионы Старого и Нового Света, можно сделать вывод, что неотъемлемыми характеристиками, отличающими виноделие и винный туризм этих двух основных регионов, являются: традиции, сортовой состав, вкус, отношение к окружающей среде и маркетинг.

### Литература

**1. Басюк Д.І.** Теоретико-методологічні основи управління розвитком винного туризму в Україні: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.03 / Басюк Дарія Іванівна. – К., 2015. – 42 с. **2.** Виноделие, виноградарство, алкоголь и табак, напитки. Портал отраслевых ресурсов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://eurowine.com.ua/node/10613>. – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 10.01.2018. **3.** Международная организация виноградарства и виноделия (OIV) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mimo.com.ua/info/>. – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 20.01.2018. **4.** Мировое производство вина в 2017 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.oiv.int/en/oiv-life/2017-world-wine-production-estimated-at-2467-mhla-fall-of-82-compared-with-2017>. – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 5.02.2018. **5. Производство** вина в мире упало до минимума за 50 лет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vestifinance.ru>. – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 18.01.2018. **6.** «Старый и Новый Свет»: что вкладывают в эти понятия, говоря о винной индустрии? Портал Виноделия и Виноградарства. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vinmoldova.md/index.php?id=2811&mod=content>. – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 18.01.2018.

**Халанурдіна В.В.** **Розвиток винного туризму в світі на сучасному етапі.**

*У статті досліджено розвиток винного туризму в світі на сучасному етапі. Досліджена динаміка виробництва вина, виявлені найбільші виробники вина в світі. Визначено, що країни з традиційно високим рівнем виноробства надають значну увагу розвитку винного туризму, який є не тільки важливим елементом туристичних атракцій, але й суттєвим чинником стабілізації місцевого економічного розвитку, збереження трудового та виробничого потенціалу.*

**Ключові слова:** винний туризм, туристична індустрія, Міжнародна організація винограду і вина, винні регіони, винні тури.

#### **V. Halaburdina Development of wine tourism in the world at the present stage.**

*The article examines the development of wine tourism in the world at the present stage. The dynamics of wine production, revealed the largest wine producers in the world. Determined that countries with a traditionally high level of wine-making give considerable attention to the development of wine tourism, which is not only an important element of the tourist attractions, but also a significant factor in the stabilization of the local economic development, preservation of employment and productive capacity.*

**Key words:** wine tourism, tourism industry, international organization of vine and wine, wine regions, wine tours.

УДК 911.3:338.48

**Шишко Екатерина Сергеевна,**  
магістрантка 2 курсу спеціальності «Туризм»,  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганський національний  
університет імені Тараса Шевченка»  
[katerina.coral.elite@gmail.com](mailto:katerina.coral.elite@gmail.com)

Научный руководитель – кандидат биологических наук,  
доцент Волгоградского государственного  
социально-педагогического университета  
**Веденеев Алексей Михайлович**  
[vedvgpu@mail.ru](mailto:vedvgpu@mail.ru)

#### **ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ФИЛИППИН ДЛЯ РАЗВИТИЯ ДАЙВИНГА**

*В статье рассмотрено современное состояние дайв-туризма на Филиппинах. Автором охарактеризованы условия для погружений, проанализированы основные проблемы развития туризма в регионе. Кроме того представлено биологическое разнообразие и инфраструктура погружений на Филиппинских островах.*

**Ключевые слова:** дайвинг, дайв-туризм, дайв-сайты, Филиппинские острова.

Туризм на Филиппинах является одним из наиболее важных секторов экономики страны. Республика Филиппины занимает более чем 7 тысяч



тропических островов в Юго-Восточной Азии и обладает естественными пляжами, богатым растительным, животным миром, а также другими рекреационными ресурсами. По такому важному показателю для туризма как длина береговой линии Филиппины занимают 5-е место в мире (более чем 36 тыс. км) [5, с. 14]. Фактически, вся страна лежит в «Коралловом Треугольнике», глобальном центре морской биологической вариативности. Однако, при таком разнообразии рекреационных ресурсов и дайв-сайтов, Филиппины являются маловостребованным туристским направлением.

Международными дайвинг-организациями проводится исследовательская работа по изучению ресурсов морской среды Филиппин, осуществляется коммерческая деятельность по развитию всех видов дайвинга. В работах П.К. Екатериной, И.М. Подберезовского, Ю.О. Левтоновой речь идет об истории, культуре, политике Филиппинских островов, также о многообразии флоры и фауны. Разрабатываются справочники и путеводители по островам для лучшего ориентирования туристов. Вместе с тем, в современной научной литературе не уделено должного внимания тенденциям развития дайв-туризма на Филиппинских островах, его особенностям и территориальной организации. В связи с этим, целью данной работы является выявление туристского потенциала Филиппин и определение условий для развития дайв-туризма.

Так, в самом начале 60-х годов, когда дайвинг стал стремительно набирать популярность, значительный потенциал страны в контексте дайвинга стал очевиден. Первый дайв-центр на Филиппинах и один из первых в Азии был построен в Анилао в провинции Батангас, к югу от Манилы [6, с. 33]. С тех пор развитие дайвинг-культуры на островах шло ускоренными темпами, и сейчас Филиппины готовы принять любителей подводного плавания со всего мира.

Средние глубины, теплая и прозрачная вода – все это создает подходящие условия для дайверов любых уровней. Так, на Филиппинах наиболее развит дайвинг с дайв-ботов, и число дайв-сайтов, где погружаются только с берега, невелико. Большая часть дайв-сайтов находится в пределах часа плавания от ближайшего дайв-центра [2].

Рельеф дна в различных местах разнообразен и представлен подводными пещерами, вертикальными стенками, тоннелями и местами для погружений с песчаным дном. Видимость под водой значительно колеблется в зависимости от места погружения и может быть от 10 до 35-40 метров. Следует отметить, что на Филиппинах также возможны погружения на глубины более 40 метров, поскольку некоторые дайв-центры предлагают услуги, связанные с техническими погружениями.

Температура воды круглый год колеблется в пределах 26-28С на поверхности, что позволяет совершать дайв-туры на Филиппины практически в течение всего года.

Климат островов характеризуется короткой, тёплой и сухой зимой, которая сменяется дождливым летом. Сезон дождей длится с апреля по октябрь, а с ноября по май наступает сухой сезон – это лучшее время для дайв-туров [5, с. 29]. Однако следует отметить, что временные рамки сезона для туров на Филиппины несколько отличаются на разных островах. Например, на рифах Туббатаха лучшим временем для дайвинга является март-июнь. А на таких, как остров Пангало, Апо, Бохол или Баликасаг, сезон дайвинга не заканчивается никогда.

Филиппинские острова обладают одной из самых продуктивных экосистем в мире. По богатству биологического разнообразия Филиппины входят в число 25 самых значимых мест на планете – это экологический регион с невероятно многообразной флорой и фауной, а также с большим количеством эндемичных видов.

Тропическое море, омывающее эту страну, обогащается морскими течениями, приходящими с берегов Японии, из Тихого океана, Южно-Китайского моря, Индийского моря и моря Сулавеси. Поэтому совсем не удивительно, что это море изобилует различными видами рыб, ракушек, кораллов, беспозвоночных животных, губок и другой морской живностью, которую только можно встретить в Индо-тихоокеанском регионе. Кроме того, в этих водах произрастает не менее 500 различных видов кораллов.

Для типичных рифов на Филиппинах характерна неглубоко залегающая верхушка, покрытая бочковидными губками, морскими веерами, каменистыми и мягкими кораллами и гидроидами, среди которых обитает рыба [6, с. 62–65].

Поскольку дайв-туры на Филиппины чаще всего включают в себя погружения в районе нескольких островов, у дайверов есть возможность увидеть кораллы, водорослевые леса, стайных и коралловых рыб, а также пелагических обитателей, как хищных акул, барракуд и др., так и вполне миролюбивых манти, китовых акул, черепах и многих других. На различных дайв-сайтах наблюдаются полосатые морские змеи, тунцы, макрель, хирурги, крупные морские окуни и иногда акулы. Ближе к открытому морю появляются стаи дельфинов. Место Monad Shoal известно как единственное в мире, где акул-лисиц можно увидеть каждый день. Гигантские манти также встречаются круглый год, приплывают и другие пелагические рыбы. Заповедник Гато – это также местоительство белопёрых, бамбуковых и кошачьих акул. Дальше от рифа встречаются кальмары и косяки скумбрии. Во время ночных погружений выходят из своих убежищ осьминоги, каракатицы.

Отдельного внимания заслуживает богатый макромир Филиппин. Помимо великого разнообразия голожаберников, можно наблюдать морских коньков, рыб-жаб, скорпен, креветок, морских звёзд, морских червей и других видов. В мире есть всего несколько мест, где можно встретить рыб-мандаринок, Филиппины – одно из них.

Помимо огромного биологического разнообразия, в стране чрезвычайно развита инфраструктура подводного плавания с большим количеством дайвинг-центров. Внимание дайверов со всего мира также привлекает обилие затонувших кораблей, большинство из которых относится к периоду боев Второй мировой войны. В бухте Субик-Бей находится 31 подводный объект, в том числе более 20 затонувших судов, наиболее интересное из которых – крейсер ВМФ США «Нью-Йорк», лежащий на глубине 27 м. Около Олонгапо – более 60 затонувших кораблей и самолетов плюс протяженные рифы. Около Сан-Хосе (о. Миндоро) лежит знаменитый риф Апо и рифы у острова Илин. А небольшой город Анилао в провинции Батангас известен любителям подводных съемок со всего мира благодаря расположенным здесь знаменитым подводным горячим источникам.

Знамениты жемчужные отмели архипелага Сулу на самом юге Филиппин. Огромным количеством затонувших кораблей периода Второй мировой войны славятся окрестности залива Корон-Бей, расположенного в центре островов Каламиан, а также воды залива Лейте. Южное побережье острова Минданао, а также острова Ахо, Баликасаг, Басилан, Бантаян, Бохоль, Кабилао, Лапинин, Маханай, Памилакан, Тавитави и Холо, воды которых с ноября по апрель посещаются тигровыми акулами и акулами-молот, также считаются одними из лучших мест для дайвинга в мире. У острова Малапаска (восточнее о. Бантаян) обитают скаты-манта, собирающиеся здесь в огромные стаи [1].

Таким образом, дайв-сайты по своему географическому положению, по способу доставки к ним дайверов, а также по наличию в соответствующих регионах специализированных центров подразделяются на пять крупных регионов: залив Субик (Subic Bay), залив Батангас (Batangas), остров Миндоро (Mindoro), остров Палаван (Palawan) и группу островов Бисайс (Visayas). Разумеется, есть еще множество других мест погружений, однако они пока во многом не изучены.

Филиппины занимают выгодное географическое положение – на скрещении мировых водных и воздушных путей, связывающих Азию, Австралию, Европу и Америку. Однако, по доходам от туризма и по количеству иностранных туристов Филиппины значительно отстают от своих соседей – доля туризма в ВВП страны составляет 10%.

На Филиппинах недостаточно развита сфера туристских услуг. В стране всё ещё наблюдается политическая нестабильность и полувойенный режим.

К экологическим проблемам региона относится, в первую очередь промышленное загрязнение воздуха и воды в городских районах, а также мангровых болот, богатых рыбой. Увеличивается вырубка лесов. А случаи варварского отношения к природе у местного населения (к примеру, рыбаки взрывают динамит у коралловых рифов) наносят непоправимый ущерб.

Плохая инфраструктура, разбитые дороги, небезопасные паромы и аэропорты (международный аэропорт имени Бениньо Акино признан одним из худших в мире) – всё это является сдерживающим фактором для потенциальных туристов.

Впрочем, в последние годы власти все больше внимания уделяют туристскому бизнесу: создаются поля для гольфа, центры для дайвинга, гостиницы, дороги, аэропорты и пр. Есть и первые успехи, так, всемирный проект EasyDestination в номинации «Лучшее направление для свадебных туров», на первое место поставил филиппинский остров Себу, а остров Боракай был признан лучшим островным курортом мира и лучшим курортом Юго-Восточной Азии.

Важно отметить, развитие туризма занимает высокое место в списке приоритетов правительства. По данным отчета ВТО за 2017 год турпоток на Филиппинские острова составил 5 млн. 967 тыс. туристов, что на 11% выше прошлогоднего показателя, из чего следует, что туризм на Филиппинах в последние годы набирает стремительные обороты [7].

Таким образом, на Филиппинских островах по большей части созданы комфортные условия для погружений, богатое биологическое разнообразие и множество интересных дайв-сайтов, которые отличаются своими характеристиками. Есть места с сильными течениями и большими глубинами, которые будут интересны опытным дайверам, а также аттрактивные мелководные дайв-сайты с минимальной скоростью течения. Дайв-туризм является важной составляющей экономики страны, однако на Филиппинских островах существует ряд проблем, сдерживающих развитие массового туризма.

### Литература

**1. Дайвинг на Филиппинах** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://philippine.ru/diving.html>. – Заглавие с экрана. – (Дата обращения: 11.01.2018). **2. Дайвинг с PADI на Филиппинах** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.padi.com/blog/ru/>. – Заглавие с экрана. – (Дата обращения: 12.01.2018). **3. Екатерина П.К.** Филиппины. Путеводитель / П.К. Екатерина, С.С. Серебряков. – Издательство Ардженто Груп, 2005. – 208 с. **4. Левтонова, Ю.О.** История Филиппин: Краткий очерк / Под редакцией Левинсон Г.И. – М. : Наука, 1989. – 295 с. **5. Подберезовский И.М.** Страна семи тысяч островов: очерки о Филиппинах / И.М. Подберезовский. – М. : Мысль, 1980. – 158 с. **6. Филиппины:** справочник / Под редакцией Г.И. Левинсон. – М.: Наука, 1989. – 424 с. **7. UNWTO AnnualReport 2017**[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.unwto.org/ru/annual-reports>. – Заглавие с экрана. – (Дата обращения: 16.01.2018).

**Шишко К.С. Туристський потенціал Філіппін для розвитку дайвінгу**

*У статті розглянуто сучасний стан дайв-туризму на Філіппінах, охарактеризовані умови для занурень, проаналізовано основні проблеми розвитку туризму, описано біологічне різноманіття і інфраструктура занурень.*

**Ключові слова:** дайвінг, дайв-туризм, дайв-сайти, Філіппінські острови.

**K. Shyshko Tourist potential of Philippines for development of diving**

*The article considers the current state of dive tourism in the Philippines, describes the conditions for diving, analyzes the main problems of tourism development, describes the biological diversity and the infrastructure of diving.*

**Key words:** diving, dive tourism, dive sites, Philippine Islands.

# АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА, ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ

УДК[316.6:17.02]-053.

**Баранова Марина Анатольевна,**  
кандидат медицинских наук,  
доцент кафедры безопасности жизнедеятельности,  
охраны труда и гражданской защиты  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»

## ОСОБЕННОСТИ РЕФЛЕКСИИ НРАВСТВЕННОЙ СФЕРЫ ВЗРОСЛЫХ ЛЮДЕЙ

*В статье рассматриваются экспериментально-психологические приемы, методики, направленные на исследование личности, указаны различные особенности подходов к самой проблеме рефлексии, так как проблема исследования морально-нравственного развития личности приобретает особую актуальность в нашем обществе. В ряде экспериментальных исследований рефлексия выступает не только как существенный компонент какого-либо другого предмета, но и как предмет специального психологического изучения.*

**Ключевые слова:** рефлексия, личность, нравственная сфера, межличностное познание, самопознание.

Рефлексия – (от позднелатинского reflexio – обращение назад),

- 1) размышление, самонаблюдение.
- 2) в философии – форма теоретической деятельности человека, направленная на осмысление собственных действий и их законов.
- 3) в психологии рефлексия рассматривается как принцип существования индивидуального сознания, универсальный механизм саморегуляции и саморазвития, что отражает личностный аспект, проявляющийся в обращении познания на самое себя, на внутренний мир человека и его место во взаимоотношениях с другими, на формы и способы познавательной и преобразующей деятельности, что отражает социально-психологический аспект [1,5].

В психологических исследованиях рефлексия трактуется как компонент теоретического мышления (Н.Г. Алексеев, О.С. Анисимов, А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн и др.), как единица умственного действия (В.В. Давыдов) и эвристического решения (Ю.Н. Кулюткин), уровня мыслительного процесса (И. Н. Семенов), а также как осознание способов или оснований и трудностей мыслительной деятельности

(Я.А. Пономарев). Разработке психологического аспекта изучения рефлексии посвящены работы В.В. Давыдова, Г.А. Голицына, А.З. Зака, И.С. Кона, И.Н. Семенова, С.Ю. Степанова, В.В. Столина, Б.Д. Эльконина. Рефлексия привлекается в качестве объяснительного принципа для раскрытия психологического содержания различных феноменов и фактов, получаемых в экспериментальных исследованиях конкретных предметов психологического изучения: личности (К.А. Абульханова-Славская, А.В. Брушлинский, Б.Г. Ананьев, И.Н. Семенов, С.Ю. Степанов и др.), понимания (Л.Н. Алексеева, А.П. Сопиков, Е.Г. Юдина). В социальной психологии основным контекстом изучения рефлексии являются процессы межличностного познания [4].

Л.Д. Демина поясняет рефлексии так: Рефлексия – это свойство психики отражать свои собственные состояния, отношения, переживания, управлять личностными ценностями. Рефлексия «поворачивает» сознание человека на свой внутренний мир. Это помогает не только осознать свои поступки, отношения, конструкты, ценности, но при необходимости, их перестроить, найти новые для этого основания [2].

Рефлексия – это не только самопонимание, самопознание. Она включает такие процессы как понимание и оценка другого. С помощью рефлексии достигается соотнесение своего сознания, ценностей, мнений с ценностями, мнениями, отношениями других людей, группы, общества, наконец, с общечеловеческими. Отрефлексировать что-то – это значит это «пережить», «пропустить через свой внутренний мир», «оценить» [8,9].

Мир рефлексии разнообразен, богат и индивидуален у каждого человека. Именно способность к рефлексии дает возможность человеку формировать образы и смыслы жизни, действий, блокировать неэффективные. Важнейшей особенностью рефлексии является их способность управлять собственной активностью в соответствии с личностными ценностями и смыслами, формировать и переключаться на новые механизмы в связи с изменившимися условиями, целями.

При этом рефлексия как механизм, реализующий управляющую функцию, направленную на совершенствование системы, играет особо важную роль. Именно специфика рефлексивного механизма и многообразие способов рефлексии определяют потенциал личности для личностного роста и самосовершенствования [5]. Таким образом, рефлексия – это механизм, благодаря которому система обретает способность к самоорганизации. Чем более развиты рефлексивные способности личности, тем больше рефлексивных моделей (способов), тем больше возможностей для развития и саморазвития обретает человек. Рефлексивные способности являются теми, которые в принципе обеспечивают условия для саморазвития, самокоррекции, влияя в целом на развитие личности и ее отношений с миром.

В настоящее время известно множество экспериментально-психологических приемов, методов, методик, направленных на исследование личности. Они, как уже указывалось, различаются особенностями подхода к самой проблеме (речь идет о различии принципиальном, методологическом), разнообразием интересов исследователей (личность изучается в педагогической психологии, в психологии труда, в социальной и патологической психологии и т.д.) и направленностью на различные проявления личности. Конечно, интересы исследователей и стоящие перед ними задачи нередко совпадают, и этим объясняется то, что методики исследования личности в социальной психологии берутся на вооружение психопсихологами, методики психопсихологии используются специалистами, работающими в области психологии труда.

Не существует даже сколько-нибудь четкой и тем более общепринятой классификации методов, используемых для исследования личности. В.М. Блейхером и Л.Ф. Бурлачуком (1978) предложена в качестве условной следующая классификация методов исследования личности:

1) наблюдение и близкие к нему методы (изучение биографий, клиническая беседа, анализ субъективного и объективного анамнеза и т.д.);

2) специальные экспериментальные методы (моделирование определенных видов деятельности, ситуаций, некоторые аппаратурные методики и т. д.);

3) личностные опросники и другие методы, базирующиеся на оценке и самооценке;

4) проективные методы.

Рефлексия включает в себя самонаблюдение и самоанализ, которые направлены на получение новых знаний: о самом себе и других людях.

Смысл всех существующих психотехник – достижение и поддержание высокой психической, духовной и физической формы по средствам направленного мысленного сосредоточения. Большинство программ, направленных на развитие рефлексии человека, основано на четырёх принципах или способах самопознания и саморегуляции. Обучение рефлексии чрезвычайно важно для решения задач умственного воспитания [5].

Вот те способы, которые помогают осознать и осмыслить свой внутренний мир:

#### **Способ первый: Релаксация.**

Релаксация – это физическое и психическое расслабление.

Цель релаксации – подготовка тела и психики к деятельности, сосредоточение на своём внутреннем мире, освобождения от излишнего физического и нервного напряжения или, наоборот, обеспечение возможности собраться. Релаксация необходима:

– для подготовки тела и психики к углублённому самопознанию, самовнушению;



- в стрессовых моментах, конфликтных ситуациях, требующих выдержки, самообладания;
- в ответственных и трудных ситуациях, когда нужно сбросить страх, излишнее напряжение.

Как необходимо расслабляться:

примите удобную позу (сидя в кресле), закройте глаза и начните делать глубокий брюшной вдох и медленно выдыхайте ртом, снимите накопленное напряжение, усталость, до тех пор, пока не достигнете внутреннего расслабления.

#### **Способ второй: Концентрация.**

Концентрация – это сосредоточение сознания на определённом объекте своей деятельности. В основе концентрации лежит управление вниманием.

Возможно сосредоточение внимания на предмете, на ощущениях, на эмоциях и чувствах.

#### **Способ третий: Визуализация.**

Визуализация – это создание внутренних образов в сознании человека, то есть активизация воображения с помощью слуховых, зрительных, вкусовых, обонятельных осязательных ощущений, а также их комбинаций.

#### **Способ четвёртый: Самовнушение.**

Самовнушение – это создание установок воздействующих на подсознательные механизмы психики. Самовнушение – это утверждение, что успех возможен, выраженное от первого лица в настоящем времени.

Чтобы развивать рефлексивную рефлексию необходимо учитывать все особенности упражнений и тренингов, направленных на ее развитие.

### **4. Комплексы упражнений, направленных на развитие рефлексии.**

Автопортрет.

Цель упражнения:

- формирование умений распознавания незна-комой личности,
- развитие навыков описания других людей по различным признакам.

Представьте себе, что вам предстоит встреча с незнакомым человеком и нужно, чтобы он узнал вас. Опишите себя. Найдите такие признаки, которые выделяют вас из толпы. Опишите свой внешний вид, походку, манеру говорить, одеваться; может быть вам присущи обращающие на себя внимание, жесты. Работа происходит в парах. В процессе выступления одного из партнеров другой может задавать уточняющие вопросы, для того, чтобы «автопортрет» был более полным. На обсуждение в парах отводится 15-20 минут. По окончании задания участники садятся в круг и делятся впечатлениями.

Карусель.

Цель упражнения: – формирование навыков быстрого реагирования при вступлении в контакты;

– развитие эмпатии и рефлексии в процессе обучения.

В упражнении осуществляется серия встреч, причем каждый раз новым человеком. Задание: легко войти в контакт, поддержать разговор и проститься.

Члены группы встают по принципу «карусели», т.е. лицом друг к другу и образуют два круга: внутренний неподвижный и внешний подвижный

Примеры ситуаций:

– Перед вами человек, которого вы хорошо знаете, но довольно долго не видели. Вы рады этой встрече...

– Перед вами незнакомый человек. Познакомьтесь с ним...

– Перед вами маленький ребенок, он чего-то испугался. Подойдите к нему и успокойте его.

– После длительной разлуки вы встречаете любимого (любимую), вы очень рады встрече...

Время на установление контакта и проведение беседы 3-4 минуты. Затем ведущий дает сигнал, и участники тренинга сдвигаются к следующему участнику.

Качества.

Цель упражнения: способствовать выработке у участников более объективной самооценки. Каждый должен написать 10 положительных и 10 отрицательных своих качеств, затем проанализировать их. Следует обратить внимание на первые и последние качества.

Таким образом, для того чтобы лучше организовать свою деятельность, усовершенствовать процесс самосовершенствования, раскрыть свой творческий потенциал, каждый из нас может составить свою программу личностного роста, которая по-новому раскроет существующие грани межличностных отношений, повысит уровень эмпатии к окружающим людям.

Реалии нашего сложного времени диктуют необходимость перевода морально- нравственных категорий из области идеального в реальное, осознаваемое каждым человеком поля своего развития. Человек развивается нравственно, поэтапно, постепенно постигая свой смысл бытия, организуя свой кристалл жизненных ценностей и приоритетов, что и позволяет ему в полной мере нести ответственность за себя и свою жизнь.

Главный вывод – работа над собой является основой внутренней организации всей жизни, это стиль и содержание жизни. Закончить статью хочу словами Шри Аурубиндо: «Не верь в успех, если он представляется тебе совершенным, когда, преуспев, ты видишь, что многое ещё предстоит сделать, радуйся и продолжай путь свой, ибо многотруден и долг путь к подлинному совершенству».

## Литература

1. **Демина Л.Д.**, Ральникова И.А., учебное пособие «Психическое здоровье и защитные механизмы личности». <http://www.irbis.asy/mmcs/demina>
2. Краткий психологический словарь <http://www.dedeve.narod.ru/slovar/>
3. **Левитес Д.** «Хорошо ли мы работаем, когда думаем. Что работаем хорошо?» <http://www.1september.ru>
4. **Локк Дж.** Опыт о человеческом разуме. Избр. филос. произведения. М., 1960
5. **Маралов В.Г.** Основы самопознания и саморазвития. Учебное пособие для студентов сред.пед. учеб. заведений-М: Издательский центр «Академия», 2001
6. **Мириманова М.С.** «Рефлексия как системный механизм развития». <http://www.researcher.ru>
7. Педагогический энциклопедический словарь <http://www.dicionary.fio.ru>
8. Рубенштейн С.Л. Основы общей психологии. –М., 1989, Г1
9. **Семенов И.Н.**, Степанов С.Ю. Личностно-рефлексивный аспект формирования решения творческих задач // Вопросы психологии 1983, №2

### **Баранова М.А. Особливості рефлексії моральної сфери дорослих людей**

*У статті розглядаються експериментально-психологічні прийоми, методики, спрямовані на дослідження особистості, вказані різні особливості підходів до самої проблеми рефлексії, так як проблема дослідження морально-етичного розвитку особистості набуває особливої актуальності в нашому суспільстві. Уряді експериментальних досліджень рефлексія виступає не тільки як істотний компонент будь-якого іншого предмету, але і як предмет спеціального психологічного вивчення.*

**Ключові слова:** рефлексія, особистість, моральна сфера, міжособистісне пізнання, самопізнання.

### **M. Baranova Features of Reflection of the Moral Sphere of Adult people**

*The article examines experimental psychological techniques, methods aimed at the study of personality, specifies various peculiarities of approaches to the problem of reflection itself, since the problem of studying the moral and moral development of a person acquires a special relevance in our society. In a number of experimental studies, reflexion acts not only as an essential component of any other subject, but also as a subject of special psychological study.*

**Key words:** reflexion, personality, moral sphere, interpersonal cognition, self-knowledge.

*Лимонченко Андрей Сергеевич,  
старший преподаватель  
кафедры физического воспитания  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[citrusovii@mail.ru](mailto:citrusovii@mail.ru)*

## **ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ СТУДЕНТОВ**

*В статье рассмотрены проблемы снижения здоровья молодежи в следствие значительного снижения физической активности. Исходя из оптимального объема двигательной активности предложен спектр мероприятий, позволяющий повысить физическую активность студентов как во время занятий физической культурой, так и во внеучебное время.*

***Ключевые слова:** умственный труд, студенчество, физическая активность, объем двигательной активности, самостоятельные и факультативные занятия физической культурой.*

Одним из следствий научно-технического прогресса является не только увеличение объема знаний, но и числа лиц занятых умственным трудом, к которым относится и студенчество. Значительное увеличение потока учебной информации вызывает необходимость переработки ее в сжатые сроки, а, следовательно, и интенсифицировать учебный процесс в вузе. Это предъявляет повышенные требования к нервно-психической сфере студентов, снижая одновременно объем их двигательной активности [1].

Низкий уровень двигательной активности и физической подготовленности является важной причиной повышения уровня заболеваемости и увеличения смертности. Как свидетельствуют исследования М. Виленского, Г. Косицкого, Л. Медведь, Д. Розенблум, Г. Селье, В. Смирнова и других ученых, у представителей умственного труда чаще наблюдаются сердечнососудистые заболевания, проблемы с опорно-двигательной, желудочно-кишечной и нервной системами.

Снижение уровня здоровья населения не может не вызывать у государства обеспокоенности, в связи с чем новые образовательные стандарты одним из ключевых требований к будущим специалистам выделяют готовность поддерживать уровень физической подготовки, обеспечивающий полноценную деятельность. Также определены объемы

аудиторной и факультативной работы студентов для освоения дисциплины «Физическое воспитание». Однако это ставит перед педагогами задачи по правильной организации занятий, мотивированию студентов к ведению здорового образа жизни, занятий в спортивных секциях или участию в массовых спортивных мероприятиях – всему тому, что обеспечит их физическую активность.

Целью статьи является поиск путей повышения физической активности студенчества.

Прежде всего, напомним, что физическая активность ведет не только к расходованию, но одновременно и к накоплению энергетических ресурсов организма в процессе его деятельности, а систематические занятия физическими упражнениями создают оптимальную устойчивость функций организма, как в условиях покоя, так и в условиях активной работы [2].

Известно, что любая физическая активность благоприятно влияет на организм человека в целом и на отдельные его системы. Установлено, что наибольшую эффективность для сохранения и улучшения здоровья имеют достаточно интенсивные и сложные по координации физические упражнения [3]. Регулярные занятия физическими упражнениями расширяют способность человека к переключениям в трудовой деятельности, его компенсаторные возможности способствуют лучшей активизации процессов восстановления, помогают лучше подготовиться к требованиям жизни.

Есть данные о том, что двигательная активность, физическая тренировка обладают и широким неспецифическим влиянием, повышая устойчивость организма к гипоксемии, перегреванию и охлаждению, проникающей радиации, перегрузке при действии ускорений и ряду других экстремальных воздействий. Усиливается сопротивляемость организма простудным заболеваниям.

Эти положения лежат в основе исследования проблемы повышения учебной активности студентов средствами физической культуры и спорта. Как отмечает М. Виленский, в учебной деятельности студентов укрепление здоровья и повышение уровня физической подготовленности является важным условием для обеспечения высокой умственной работоспособности [4].

Как свидетельствуют проведенные М. Виленским исследования, соотношение динамического и статического компонентов жизнедеятельности студентов составляет в период учебной деятельности по времени 1:3, а по энергозатратам – 1:1; во внеучебное время соответственно 1:8 и 1:2. То обстоятельство, что динамический компонент деятельности студентов во время учебных занятий и во внеучебное время почти одинаков, указывает на низкий уровень двигательной активности значительного контингента студентов. Поэтому важнейшей социально-

педагогической задачей является определение оптимального, а также минимально и максимально возможных режимов их двигательной активности.

Минимальный объем двигательной активности – тот объем движений, который необходим человеку, чтобы сохранить нормальный уровень функционирования организма. Этому уровню должен отвечать двигательный режим оздоровительно-профилактического характера.

Оптимальный объем двигательной активности – тот уровень физической активности, при котором достигается наилучшие функциональное состояние организма, высокий уровень учебно-трудовой и социальной деятельности. Такой режим носит оздоровительно-развивающий характер.

Максимальный объем должен предостерегать от чрезмерно высокого уровня физических нагрузок, который может привести к переутомлению, перетренировке, к резкому снижению уровня работоспособности в учебной деятельности [4].

Уровень двигательной активности студентов во время каникул отражает естественную потребность в движениях, ибо в этот период они свободны от учебных занятий. Исходя из этого, можно отметить, что уровень их двигательной активности в период учебных занятий составляет 50-65%, в период экзаменов – 18-22% биологической потребности. Это свидетельствует о реально существующем дефиците движений на протяжении 10 месяцев в году.

В соответствии с нормативными показателями программы профилактики основных факторов риска среди молодежи гиподинамической считается ситуация, при которой студент уделяет физическим упражнениям менее 4 часов в неделю, то есть занимается только в рамках учебных занятий по физическому воспитанию. Оптимальным двигательным режимом для студентов является такой, при котором мужчины уделяют занятиям 8-12 часов в неделю, а женщины 6-10 часов. При этом на целенаправленные занятия физическими упражнениями желательно затрачивать не менее 6-8 часов мужчинам и 5-7 часов женщинам. Остальное время дополняется физической активностью в различных условиях бытовой деятельности. Важный фактор оптимизации двигательной активности – самостоятельные занятия студентов физическими упражнениями. Необходимые условия самостоятельных занятий – свободный выбор средств и методов их использования, высокая мотивация и положительный эмоциональный и функциональный эффект от затраченных физических и волевых усилий.

Таким образом, чтобы выполнять указанный двигательный режим, необходима двигательная деятельность в объеме 1,3-1,8 часов в день. Проведение занятий по физическому воспитанию в традиционных формах не обеспечивает такой физической активности студентов. При

этом наблюдается снижение интереса студентов к регулярным занятиям физической культурой, отсутствие устойчивой потребности в активной двигательной деятельности и мотивации к самостоятельным занятиям физической культурой.

Чтобы повысить интерес студентов к занятиям по физической культуре и соблюдению здорового образа жизни в Луганском национальном университете имени Тараса Шевченко преподавателями кафедры физического воспитания разработаны рабочие программы с акцентом на современные направления физической культуры и проведение занятий с учетом интересов студентов. Благодаря современной материально-технической базе университета в спортивном зале и в фитнес центрах проводятся занятия по аэробике, фитнесу и атлетической подготовке.

На занятиях также используются индивидуальные подходы к группам в зависимости от их направленности и специальности. Так, занятия у девушек проходят более интенсивно, чем у юношей. Начинаются занятия с аэробики, калланетики, силового фитнеса, и заканчиваются более спокойными упражнениями, направленными на развитие гибкости. В это время юноши предпочитают занятия по атлетической подготовке, в которое входят различные программы для совершенствования своего тела.

Поскольку уровень физической подготовленности у каждого студента разный, то это позволяет во время учебного занятия под руководством преподавателя каждому из обучающихся совершенствовать свою технику. При этом у студента пропадает дискомфорт и закомплексованность на занятиях по физической культуре и появляется чувство уверенности, как в собственных силах, так и в коллективе своих одногруппников.

Также в течение занятия студенты с большим удовольствием занимаются игровыми видами спорта. Для укрепления чувства коллективизма студентам предлагаются различные эстафеты, в которых они взаимодействуют друг с другом, стремясь, при этом, проявить лидерские качества.

Особое внимание преподавателями кафедры физического воспитания уделяется студентам, имеющим определенные ограничения по здоровью для занятий физической культурой. В начале учебного года проводится анкетирование первокурсников с целью предварительно выявить студентов специальной медицинской группы, освобожденных от занятий по физической культуре и студентов, которые желают посещать спортивные секции. Поскольку занятия студентов в специальных медицинских группах – отдельная и сложная тема, то остановимся на организации физической активности студентов во внеучебное время.

Тот контингент студентов, которые хотят совмещать учебу и спорт, посещают в свое внеучебное время тренировки по различным видам спорта. Это-волейбол, баскетбол, футбол, настольный теннис, атлетическая подготовка, фитнес. Лучшие из них попадают в сборные команды

своего структурного подразделения и в течение учебного года участвуют в Спартакиаде университета, отстаивая честь своего факультета или института.

При этом все спортивные мероприятия своевременно освещаются на сайте университета, его структурных подразделений, а также в различных социальных сетях. Благодаря этому спортсмены являются визитной карточкой своего структурного подразделения, что также способствует профорientационной работе университета.

С учетом тех сложных событий, в которых происходит сейчас жизни студентов Донбасса, занятия студентов во внеучебное время в различных спортивных секциях – это способ отвлечь их от негативных мыслей и вселить оптимизм в завтрашний день. Поэтому факультетами и институтами университета совместно со спортивным клубом в течение учебного года организуются и проводятся различные спортивно-развлекательные мероприятия, которые задействуют практически всех студентов очной формы обучения. Это, безусловно, способствует повышению физической активности студентов, настраивает их на позитивный лад.

Еще одним направлением повышения физической активности студентов являются индивидуальные и групповые беседы о способах поддержания здорового образа жизни, отказе от вредных привычек, соблюдении режима дня. Преподаватели своим примером показывают студентам, как можно совмещать умственный труд и спорт во внеучебное время. В ЛНУ имени Тараса Шевченко стало традицией проведение дружеских спортивных встреч между сборными командами студентов и преподавателей по мини-футболу, баскетболу, волейболу, настольному теннису, бадминтону, армспорту, атлетической подготовке и нормами ГТО. Зачастую преподаватели одерживают победу над командой студентов, тем самым подтверждая необходимость ведения здорового образа жизни и физической активности, в не зависимости от возраста и занятости работой.

Все вышеперечисленные подходы позволяют постепенно вовлекать студентов в посещение факультативных занятий, организовать в структурных подразделениях университета спортивные студенческие команды по различным видам спорта и развивать массовое физкультурное движение.

Таким образом, в современных условиях регулярные занятия физической культурой являются действенным средством для укрепления здоровья, предупреждения заболеваний, повышения устойчивости и сопротивляемости организма, а также благоприятного воздействия на формирование у студентов активной жизненной позиции, развития интереса к социальной информации, расширение информационного контакта.

В соответствии с этим необходимо уделять особое внимание видам двигательной активности, применяемым на занятиях по физической культуре в рамках учебного расписания, а также формировать потребность к самостоятельным занятиям студентов во внеучебное время. Это требует



не только создания в вузе специальных условий для проведения факультативных или самостоятельных занятий студентов, но и подбора преподавателями методик с учетом интересов студентов, а также выстраивания системы мероприятий, позволяющих вовлекать студенчество в массовое физкультурное движение.

### Литература

1. Раченко И.П. Научная организация педагогического труда / И.П. Раченко. – М. : Педагогика, 1972. – 318 с. 2. Лехтман Я.Б. Вегетативная нервная система и ее роль в двигательной деятельности человека / Я.Б. Лехтман. – Л.: Медицина, 1969. – 182 с. 3. Мотылянская Р.Е. Физическая культура и возраст / Р.Е. Мотылянская, Л.И. Стогова, Ф.А.. Иорданская – М. : Медгиз, 1967. – 303 с. 4. Виленский М.Я. Физическая культура студента: Учебник / Под ред. В.И. Ильинича. – М. : Гардарики, 2000. – 448 с.

**Лімонченко А.С. Шляхи підвищення фізичної активності студентів.**

*У статті розглянуті проблеми зниження здоров'я молоді в наслідок значного зниження фізичної активності. Виходячи з оптимального обсягу рухової активності запропонований спектр заходів, що дозволяє підвищити фізичну активність студентів як під час занять фізичною культурою, так і у позанавчальний час.*

**Ключові слова:** розумова праця, студентство, фізична активність, обсяг рухової активності, самостійні і факультативні заняття фізичною культурою.

**A. Limonchenko Ways of increase in physical activity of students.**

*The article discusses the problems of reducing the health of youth due to a significant decrease in physical activity. Proceeding from the optimal volume of motor activity, a range of measures is proposed that allows increasing the physical activity of students both during physical training and during extra-curricular time.*

**Key words:** mental labor, students, physical activity, volume of motor activity, independent and optional physical training.

# СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЕГИОНАЛЬНОГО КРАЕВЕДЕНИЯ И ТУРИЗМА

УДК 316.422

*Блохин Виктор Николаевич,  
старший преподаватель  
кафедры экономической теории  
УО «Белорусская государственная  
сельскохозяйственная академия»  
[vik-1987@bk.ru](mailto:vik-1987@bk.ru)*

*Шандракова Марина Геннадьевна,  
старший преподаватель кафедры экономической теории  
УО «Белорусская государственная  
сельскохозяйственная академия»  
[thirteenth@rambler.ru](mailto:thirteenth@rambler.ru)*

## РОЛЬ АГРОТУРИЗМА В РАЗВИТИИ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ РОССИЙСКО-БЕЛОРУССКОГО ПРИГРАНИЧЬЯ

*Статья рассматривает значение агротуризма в обеспечении перехода сельских территорий белорусско-российского приграничья к устойчивому развитию. Агротуризм является перспективной возможностью диверсификации сельской экономики. Опыт Европейского союза доказывает высокую степень социально-экономической эффективности развития туризма в рамках государственных программ.*

***Ключевые слова:** агротуризм, белорусско-российское приграничье, сельские территории, перспективы.*

В настоящее время одной из приоритетных социально-экономических задач для Беларуси и России является создание условий для устойчивого развития сельских территорий. Частью концепции устойчивого развития белорусско-российского приграничья должна стать поддержка регионального агротуризма. Агротуризм представляет собой уникальную возможность развития в условиях множества проблем и даже деградации некоторых традиционных отраслей сельской экономики [3, с. 134].

В качестве цели исследования нами выделено определение возможностей, перспектив и роли агротуризма в развитии сельских территорий российско-белорусского приграничья.

Задачами определены оценка состояния агротуристической сферы сельских территорий российско-белорусского приграничья; формулировка рекомендаций по интенсификации развития агротуризма.

В исследовании применяются методы логического и системного анализа, используются статистические данные, а также личный опыт авторов по изучению развития агротуризма на территории Республики Беларусь и Республики Италия.

Сельские территории белорусско-российского приграничья имеют выгодное географическое положение, находясь между Минском и Москвой. Это преимущество должно использоваться в целях активизации трансграничных связей, увеличения обмена туристическими потоками, как между двумя странами, так и благодаря привлечению зарубежных гостей [5, с. 47].

Агротуризм представляет собой систему развития туристических, сервисных услуг в сельской местности (в том числе органического сельского хозяйства) как конкурентоспособной и высокоэффективной сферы деятельности региональной экономики [3, с. 134]. Агротуристический бизнес создает предметы потребления и одновременно предоставляет комплекс услуг [4, с. 426].

Агротуризм должен быть высокоэффективной системой услуг, что является важным условием поддержки модернизации и маркетинга на локальном уровне. Эффективная система услуг должна быть представлена на трех уровнях, объединяя общественные, кооперативные и частные услуги [7, с. 59].

Для обеспечения развития агротуризма в белорусско-российском приграничье необходимо соблюдение следующих принципов:

- принцип экологичности, т.е. развитие малого бизнеса, который способствует сохранению природной и социокультурной среды;
- принцип высокой эффективности агротуризма;
- принцип социального партнерства власти – бизнеса – местного населения, их заинтересованность в создании региональных агротуристических комплексов.

Иногда агротуризм определяют как сопутствующую отрасль АПК, обеспечивающую рабочие места, увеличение доходов населения, а также возможность отдыха и рекреации.

Международный опыт подтверждает, что в белорусско-российском приграничье развитие агротуризма может быть эффективным как с социальной, так и с экономической точки зрения. Наилучших результатов в этом направлении можно достичь, если агротуризм будет развиваться в соответствии с государственной или региональной программой, а в случае белорусско-российского приграничья – в соответствии с межрегиональным документом. В ином случае агротуристические проекты могут столкнуться с многочисленными проблемами, что повлияет на темпы их реализации [3, с. 134-138].

В странах Европейского Союза развитие агротуризма в форме малого семейного бизнеса является масштабной социально-экономической

программой по диверсификации сельской экономики. Кроме этого решаются и другие проблемы: прекращение деградации сельских территорий, стабилизация численности сельского населения, сохранение и даже возрождение культурного наследия, региональной самобытности [1, с. 71].

Авторы лично убедились в эффективности функционирования агротуристического сектора ЕС, на примере провинции Трентино (Италия). В этом регионе работает большое количество семейных агротуристических предприятий, которые производят, как продукты питания (часто по органической технологии), так и оказывают широкий спектр услуг.

Если существует животноводческая ферма, то посетители имеют возможность пообщаться с животными, если выращиваются овощи и фрукты, то обязательно есть возможность дегустации и покупки продукции. Таким образом, агротуризм играет все более важную социально-экономическую роль в странах ЕС.

В Беларуси в 2006 году был принят Указ Президента № 372 «О мерах по развитию агротуризма в Республике Беларусь», согласно этому документу для агроусадоб установлена минимальная налоговая нагрузка. Такие льготы привели к быстрому росту агробизнеса: если в 2006 году функционировало 34 агроусадьбы, то в 2010-м – уже 1247, а к 2018 г. количество агроусадоб превысило 2270. При этом количество туристов в этих усадьбах за пять лет выросло более чем в 130 раз – до 150 тысяч человек [5].

В 2017 году на территории Могилевской области, граничащей с Российской Федерацией, работало около 160 агроусадоб. Примером успешного развития агротуристического бизнеса является база отдыха «Мерея» (агрородак Ленино, Горецкий район, Могилевской области). Данный объект обладает очень выгодным географическим расположением – в нескольких километрах от границы со Смоленской областью. Эта база отдыха ориентирована, как на белорусских, так и на российских туристов, т.е. максимально используется потенциал приграничного расположения. Ежегодно данная база отдыха принимает не менее 2 тысяч гостей, что даёт возможность трудоустройства для местных жителей.

Кроме экономического и социального эффекта, подобные объекты агротуризма выполняют важную рекреационную функцию, природные ландшафты сохраняются, окультуриваются, не подвергаются одичанию и экологической деградации, что отвечает глобальной цели достижения устойчивого развития.

В российском приграничье ситуация с развитием сельского туризма значительно хуже. Так, в Псковской области в 2017 году работало около 40 агроусадоб (баз отдыха), в Смоленской области – около 30, а

в Брянской области – только около 20 таких объектов. Такое положение объясняется меньшим вниманием государства к развитию туристической отрасли в сельской местности [2, с. 30].

Исследование показало более интенсивное развитие агротуризма в сельских территориях белорусского приграничья, что можно объяснить государственной программой развития этого направления, максимально простыми и благоприятными условиями создания агротуристических объектов.

Необходимо отметить, что одним из направлений способствующим дальнейшему развитию и повышению конкурентоспособности сельских территорий является создание собственных информационных пространств и программ продвижения. Широкая информационная кампания о возможностях, уникальности сельской территории и ее туристических объектов способствует созданию привлекательности, заинтересовывает потенциальных посетителей и инвесторов. Реклама должна улучшить коммуникационный эффект, положительно повлиять на знания и установки получателя информации, что поспособствует развитию агротуризма и вообще сельских территорий белорусско-российского приграничья.

### Литература

**1. Абдулганиев Ф.С., Новинькова А.З.** Приоритетные направления развития сельских территорий России / Ф.С. Абдулганиев, А.З. Новинькова // Труды вольного экономического общества России. – 2013. – Т. 174. С. 67–72. **2. Волков С.К.** Сельский туризм в РФ: тенденции и перспективы развития / С.К. Волков // Экономика, предпринимательство и право. – 2012. – № 6 (17). С. 30–38. **3. Здоров М.А.** Концепция устойчивого развития аграрного туризма в структуре сельских территорий России / М.А. Здоров // Труды вольного экономического общества России. – 2011. – Т. 149. С. 132–141. **4. Облицова Е.А.** Система агротуризма в экономике региона / Е.А. Облицова // Труды вольного экономического общества России. – 2012. – Т. 163. С. 425–433. **5. Платонов К.С.** Российско-белорусское приграничье: двадцать лет перемен / К.С. Платонов // Смол.гуманитарный ун-т; – Смоленск: Универсум, 2018. – 288 с. **6. Цзяньчжан Ч., Пизенгольц В.М.** Сравнительный анализ моделей системы услуг для сельского хозяйства в развитых странах на примере США, Германии и Франции / Ч. Цзяньчжан, В.М. Пизенгольц // Теоретические и прикладные проблемы АПК – 2016. – № 2 (27). С. 59–66.

**Блохин В.М., Шандракова М.Г.** Роль агротуризму в розвитку сільських територій російсько-білоруського прикордоння

*Стаття розглядає значення агротуризму в забезпеченні переходу сільських територій білорусько-російського прикордоння*

до сталогорозвитку. Агротуризм є перспективною можливістю диверсифікації ісільської економіки. Досвід Європейського союзу доводить високу ступінь соціально-економічної ефективності розвитку туризму в рамках державних програм.

**Ключові слова:** агротуризм, білорусько-російське прикордоння, сільські території, перспективи.

**V. Blokhin, M. Shandrakova The role of agro-tourism in the development of rural areas of the Russian-Belorussian borderland**

*The article considers the importance of agrotourism in ensuring the transition of rural areas of the Belarusian-Russian borderland to sustainable development. Agrotourism is a promising opportunity for diversifying the rural economy. The experience of the European Union proves a high degree of socio-economic efficiency of tourism development within the framework of state programs.*

**Key words:** agrotourism, Belarusian-Russian borderland, rural territories, prospects.

УДК338.486:504(378.17)

**Богатырева Дарья Степановна,**  
ассистент кафедры туризма,  
гостиничного и ресторанного дела  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[d.bogatireva@mail.ru](mailto:d.bogatireva@mail.ru)

**ГЛЭМПИНГ КАК АКТУАЛЬНЫЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ  
ЭКОТУРИЗМА**

*В статье рассматривается такая перспективная форма организации экотуризма как глэмпинг, кратко представлена история его зарождения и развития. Автором сформулировано собственное определение понятия «глэмпинг», выявлен ряд его характерных черт и особенностей. Обозначены наиболее актуальные дестинации для «гламурного кемпинга», также приведены его наиболее яркие и оригинальные примеры.*

**Ключевые слова:** глэмпинг, экологический туризм, гламурный кемпинг, богемный кемпинг, экотурист, кемпинг, лагерь.

Побудительной целью многих путешествий является необходимость расширения пространственного мировоззрения и знакомства с природой мира, культурным достоянием стран и народов, повышения своего культурного и духовного уровня. Так, одним из наиболее актуальных и прогрессирующих в своем развитии является экологический туризм.

Ранее, как правило, для организации данного природо ориентированного вида туризма использовались кемпинги, которые представляли собой палаточные лагеря с достаточно ограниченным набором услуг. Зачастую, такой отдых связан с отсутствием санитарно-бытовых удобств.

Однако, начало XIX века было ознаменовано своеобразным прорывом в этом направлении, новообразовавшимся трендом в мире экологического туризма – глэмпингом. Некоторые ученые называют эту метаморфозу мейнстримом, олицетворяющим собой смену парадигмы туризма – изменение пассивного потребления турпродуктов, сформированных туроператорами для рекреантов, активной организацией путешествий самими туристами (самостоятельный туризм).

Анализ литературы по вопросу исследования позволяет нам констатировать тот факт, что проблематика экологического туризма затронута в трудах таких ученых как Е.И. Арсеньева, В.А. Дроздов, Е.Ю. Ледовских, Н.В. Моралева, Д.А. Рубан, Г.А. Сорокина, В.В. Храбовченко, А.И. Эйтингон и многих других. Однако, такое явление как глэмпинг в них своего отражения не находит. Информация касательно обозначенной проблематики представлена в основном в периодических изданиях и в Интернет-ресурсах, комплексного исследования, посвященного вопросу глэмпинга нами выявлено не было. Таким образом, изучение обозначенного феномена является важным и необходимым.

В связи с чем, цель данной статьи – раскрыть сущность глэмпинга, выявить его характерные черты и особенности.

Так, термин глэмпинг (от английского «glamping») – неологизм созданный из двух слов – кемпинг и гламурный. Если переводить его буквально, это туризм люксовой категории на лоне природы [2].

Впервые такой термин появился не так давно – в 2005-м году. Хотя прототипы глэмпинга уходят корнями в далекие времена, иллюстрацией чему могут послужить выездные экскурсии и досуговые программы императоров или королей, когда даже строились целые временные поселения, ставшие впоследствии городами. Если обратиться к историческим источникам, первый опыт глэмпинга приписывают шотландскому графу Афону, который в 16-м столетии удачно организовал палаточный городок для короля Джеймса Пятого. Страницы отечественной истории также украшены множеством подобных примеров.

Интересно, что наиболее дорогостоящим глэмпингом в истории считается саммит между французскими и английскими правителями, состоявшийся на севере Франции в 1520-м году. Количество установленных шатров и палаток в рамках данного мероприятия достигло 2800. Высокая стоимость организации, по всей вероятности, была обусловлена строительством отдельных фонтанов с винами [5].

Следует отметить, что во время военных действий также часто выстраивались палаточные городки, в особенности это было развито у азиатских армий, вместе с которыми кочевали не только сами солдаты, но также прислуга, рабочие и ремесленники. Уровень оказываемых услуг в таких местах настолько был высок, что пребывание там какого-либо оттоманского правителя в шатре едва ли отличалось от жизни во дворце. Безусловно, украшения и отделка, изысканная кухня отличали такой шатер от обычного места, где можно укрыться от непогоды либо просто скоротать ночь.

В свою очередь, новый этапом развития глэмпинга стали 20-е годы XX века, когда зажиточные охотники, в основном из Британии и Северной Америки приезжали на сафари в Африку. Несмотря на поиски истинных приключений, многие из них настолько привыкли к благам цивилизации и роскоши, что не могли с ними расстаться даже во время охоты [3].

Впоследствии такой вид отдыха на природе распространился и за пределы африканского континента – в Канаду, США, Южную Америку и страны Европы. Теперь путешественникам предлагаются различные варианты глэмпинга: шатры с кроватями вместо спальных и другими удобствами, вплоть до электричества и Wi-Fi; небольшие эко-хижины посреди лесов; оборудованные всем необходимым бивуаки и юрты, в которых можно также насладиться местным колоритом; комфортабельные трейлеры и домики на деревьях.

Своеобразной кульминацией в развитии данного направления в экотуризме отмечают период с 2010 года и по сегодняшний день – как утверждают аналитики, популярность глэмпинга растет в геометрической прогрессии. Однако, на отечественном туристском рынке, обозначенный тренд только начинает набирать обороты. Интересно, что в Интернет-пространстве существует глобальный сайт, посвященный глэмпингу. К сожалению, пока сайт работает исключительно на английском языке. Сейчас наиболее актуальными для глэмпинг-путешественников являются такие дестинации как Танзания, США (Калифорния), Парагвай, Пуэрто Рико, Португалия и Новая Зеландия.

Анализ существующего информационного массива по вопросу исследования позволил нам сформировать наше авторское понимание данного явления.

Итак, мы понимаем глэмпинг как альтернативную форму организации экологического туризма, которая предполагает высокий уровень предоставляемых услуг (размещения, питания, досуговых и других) экотуристу во время пребывания в природной среде.

Так, глэмпингу присущи определенные черты, особенности, которые несколько контрастируют с образом путешествий массового рынка:

- наличие просторного и современного средства размещения (шатра, палатки, юрты, шалаша и т.п.);



- применение новейших строительных технологий и инженерных решений, в приоритете экологические материалы при обустройстве средства размещения;
- использование нетрадиционных для экотуризма и кемпинга предметов мебели – больших кроватей, мягких кресел и т.п.;
- использование значительного количества элементов декора в пространстве (ковры, вазоны, торшеры, гобелены и т.д.);
- повышенные условия комфортности средства размещения (наличие электричества, водопроводной системы, беспроводной сети Wi-Fi и т.д.);
- широкая вариативность дополнительных услуг в зависимости от тематики и общей концепции глэмпинга.

Нельзя не отметить, что глэмпинг – это не только дополнение природы комфортом, но и эстетическая составляющая отдыха, которую оценят путешественники с тонким «туристским вкусом». Так как основные характеристики глэмпинга – расположение на лоне природы и комфортные условия, ограничений по концепции не существует.

Так, «гламурные кемпинги» могут находиться в различных природных зонах и местностях. Современный туристский рынок глэмпинга предлагает размещение в пустыне, джунглях, в горах, среди леса, на острове, близ реки, озера или моря, в степи и т.д. Как правило, такой вид рекреации доступен круглый год – организаторы заботятся о комфорте гостей независимо от погодных условий и времени года [1].

Оформление глэмпинга бывает совершенно разным. Дизайнерское решение может быть простым и лаконичным, но в то же время атмосферным. Как правило, для этих целей используют светящиеся гирлянды, живые цветы, предметы интерьера, сделанные своими руками, тканевые дорожки и ковры, украшения и фигуры из камней – перечень элементов декора можно существенно расширить. Каждый глэмпинг – это особенная история. Она может повествовать как о старинной жизни былых времен, о национальных особенностях той или иной страны, так и о романтике путешествий в целом.

В зависимости от тематики глэмпинга меняется форма жилища. Это может быть палатка или роскошный шатер, хижина, домик на дереве, плавучий дом на плоту или юрта, вигвам, бивуак, капсула, дом необычной формы. Некоторые глэмпинги предлагают гостям поселиться в пещере или в доме на колесах. Помещения могут быть просторными и вместительными, для большой компании или семьи. Редко, но все же представлены формы жилья небольшой площади, предлагающие одноместное размещение. Главное, что объединяет все перечисленное выше – неповторимость, оригинальность, концептуальность, возможность насладиться живой природой [2].

Рынок глэмпинга во всем мире стремительно развивается.

Возрастающую актуальность данного явления подчеркивают и конкретные цифровые показатели: только за последние три года в Европе открылось 1200 премиум-кемпингов, а уровень интереса к теме по запросам в Google вырос на 700%. Существует мнение, что такая форсированная популярность глэмпинга может быть связана как с феноменом «хюгге», скандинавской концепцией по созданию уюта, так и с японской практикой *shinrin-yoku*, согласно которой времяпровождение в лесу повышает лейкоциты и увеличивает число киллер-клеток, которые борются с вирусами [3].

Актуальная тенденция не обошла стороной и «титатов» индустрии гостеприимства – к музыкальному фестивалю Коачелла (Калифорния, США) Marriott представила богемные сафари-тенгты с просторными кроватями, системой кондиционирования, ультрасовременными душевыми кабинами (кстати, в одном из таких останавливалась американская певица Леди Гага). Кроме Marriott, сеть отелей Four Seasons предлагает размещение, возможно, в одном из самых колоритных глэмпингов мира – Four Seasons Tented Camp Golden Triangle, расположившемся в самой чаще джунглей в Таиланде, на границе с Бирмой. Особенностью данного средства размещения являются курсы тренировок по управлению ездовым слоном [5].

Итак, ниже приведем некоторые наиболее ярких, оригинальных и необычных, с нашей точки зрения, глэмпингов мира.

Если рассматривать отечественный рынок, то, вероятно, первым актуальный тренд почувствовал Этномир, возникнув почти 10 лет назад как этнопарк. Здесь можно было вблизи рассмотреть русскую печь и другие предметы быта, со временем парк развился до огромного туристического комплекса. Сейчас предоставляет своим гостям возможность пожить в русской избе, в украинской мазанке, даже в непальском доме или сибирской деревянной юрте. При этом сервис достаточно высокого уровня [3].

Так, Tree Hotel, расположенный в Шведской Лапландии, является яркой иллюстрацией нетрадиционных, поражающих воображение средств размещения. Состоит из семи домов на деревьях: зеркального куба, который отражает небо, шалаша из веток, имитирующего гнездо, и красного рыбацкого домика. В меню лагерного буфета предлагает икру, блюда из лосося, мяса северного оленя и медвежатины. Постояльцы богемного кемпинга могут посетить спа-комплекс, арендовать горный велосипед, удочки и канюэ, опробовать хайкинг-маршруты по сосновым лесам. Особенность «отеля на дереве» – возможность наблюдения за лосями в природной среде и северное сияние в январе и феврале [2].

Жилые геодезические купола, «снежки», разбросанные по альпийскому склону на высоте 1400 метров в швейцарском кантоне Вале, – это горный глэмпинг Whitepod. Каждый из номеров оснащен ванной с

обогревом, в спальне – камин. Вода в кранах родниковая, еда – из местных экологически чистых продуктов. Среди возможностей для организации досуга – параглайдинг, аромамассаж, катание на собачьих упряжках, походы и верховая езда. Но главной особенностью, зачем сюда приезжают туристы, – это возможность жить прямо на горе и пользоваться личными подъемниками во время освоения новых лыжных трасс.

В национальном парке Торрес-дель-Пайне в чилийской части Патагонии можно переночевать в домиках, построенных по канону кочевников-кавескаров – EcoCamp Patagonia. Купола сделаны из оцинкованного железа, винила и брезента: в таком жилище сквозняки и холода не страшны. Глэмпинг, расположившийся среди гор, ледников и фьордов, предлагает гостям искусные интерьеры, роскошные ванны, комнаты, бары, возможности для занятия йогой на рассвете, наблюдение за соседствующими гуанако, страусами нанду и пумами: сафари-туры организуют прямо в лагере. Также можно попробовать себя в спортивно-туристическом многоборье: 6-дневное патагонское приключение включает в себя хайкинг, велотрекинг, каякинг и верховую езду [2].

Нельзя не отметить, что глэмпинг-движение достигло и берегов Антарктиды. White Desert – лагерь на Южном полюсе, состоящий из шести мини-домов. В каждом – спальня, кухня, гостиная, библиотека и обеденная зона, а также деревянные полы, окна с видом на замерзшее озеро и интерьер, повторяющий жилища исследователей викторианской эпохи. Восьмидневное проживание здесь обойдется в 90 тысяч евро на человека: эта сумма включает трансфер из Кейптауна, специальную одежду для полярных условий и экскурсии по материке на вертолете – например, на российскую антарктическую станцию «Новолазаревская». Подчеркнем, что на сегодняшний день, это является наиболее дорогостоящим глэмпингом в мире.

Таким образом, подводя итог всему выше сказанному, можем отметить, что такое явление как глэмпинг является не просто актуальным и прогрессирующим направлением экотуризма, а символическим флагманом для развития всей индустрии туризма и человечества в целом.

## Литература

**1. Чахова Д.А.** Современные кемпинги – новые возможности развития рынка туристских услуг [Электронный ресурс] / Д.А. Чахова, М.В. Кобяк // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». – 2015. – №5. – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/25EVN515.pdf> – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 15.01.2018. **2.** Глэмпинг: как походы стали люксовыми [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.buro247.ru /travel/-glamping-is-luxury-camping.html> – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 14.01.2018. **3.** Глэмпинг: лучшие направления для комфортного кемпинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://www.momondo.ru/blog/glamping/> – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 14.01.2018. 4. Информационный портал «Авиамания» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://aviamaniya.ru/glemping-cto-eto-za-vid-turizma/> – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 14.01.2018. 5. Информационный портал «Бизнесменс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://businessmens.ru/article/glemping-cto-eto-i-kak-sdelat-na-etom-biznes> – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 14.01.2018.

**Богатирьова Д.С. Глемпінг як актуальний вектор розвитку екотуризму**

*У статті розглядається така перспективна форма організації екотуризму як глемпінг, коротко представлена історія його зародження та розвитку. Автором сформульовано власне визначення поняття «глемпінг», виявлено ряд його характерних рис й особливостей. Позначені найбільш актуальні дестинації для «гламурного кемпінгу», також наведені його найбільш яскраві та оригінальні приклади.*

**Ключові слова:** глемпінг, екологічний туризм, гламурний кемпінг, боземний кемпінг, екотурист, кемпінг, табір.

**D. Bogatireva Glamping as a current vector of ecotourism development**

*The article considers such a perspective form of ecotourism organization as glamping, briefly the history of its origin and development is presented. The author formulated own definition of the concept of «glamping», revealed a number of its characteristic features and characteristics. The most actual destinations for «glamorous camping» are indicated, as well as its most vivid and original examples.*

**Key words:** glamping, ecological tourism, glamorous camping, bohemian camping, ecotourist, camping, camp.

**Борякова Елена Евгеньевна,**  
к.б.н., доцент кафедры ботаники и зоологии  
Института биологии и биомедицины  
Национальный исследовательский Нижегородский государственный  
университет им. Н.И. Лобачевского  
[boryakova@mail.ru](mailto:boryakova@mail.ru)

## **БИОГЕОЦЕНОЗЫ МЕГАПОЛИСА И КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ КАК ОБЪЕКТ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ НИЖНЕГО НОВГОРОДА)**

*Статья посвящена разработке туристического маршрута (в рамках экотуризма) на базе образовательных экскурсий полевой практики студентов. Маршрут состоит из двух частей, охватывает лесопарк и Верхневолжскую набережную с объектами культурного и исторического наследия. В процессе экскурсий слушателей формируется представление о сообществах мегаполиса как единой системе, составляющей основу комфортной городской среды.*

**Ключевые слова:** *экологическая компетентность, городская среда, орнитологическая экскурсия, туристский потенциал, Нижний Новгород, историческое и культурное наследие.*

В настоящее время становится весьма популярным такое направление деятельности, как экологический туризм. Под экологическим туризмом, или экотуризмом понимается путешествие с ответственностью перед окружающей средой по относительно ненарушенным природным территориям [6]. Нередко экотуризм связывают с приключенческим туризмом. Однако экологический туризм не всегда подразумевает приключенческий компонент. Возможно, сложности в интерпретации связаны с тем, что у приключенческого туризма нет определенных стандартов, не дается точного определения, также не имеется четкой формулы создания приключенческой программы тура [9, с. 53]. С другой стороны, далеко не все приключенческие туры соответствуют экологическим критериям, особенно в аспекте устойчивого использования ресурсов [2, с. 24].

Экологический туризм – отдельное направление, которое имеет свои, довольно специфические особенности, отличающие его от остальных видов путешествий. Его концепция включает противодействие негативному воздействию на природу; популяризацию отдыха на свежем воздухе; изучение культуры родной земли, поддержку природоохранных мероприятий, пропаганду экологического образования. Вместе с тем,

не всегда доступны путешествия именно в ненарушенные природные комплексы, такие как особо охраняемые природные территории (ООПТ). В этом случае мы можем говорить о развитии экологического туризма в условиях большого города, либо в черте мегаполиса, либо в лесопарках.

Нижний Новгород представляет в данном плане значительный интерес. Город находится на месте слияния двух крупных рек Европы: Волги и Оки. Он является крупным промышленным центром и занимает площадь порядка 350 км<sup>2</sup>. Через Нижний Новгород проходит граница природных зон – широколиственно-еловые подтаежные (смешанные), леса сменяются зоной дубрав с вкрапленными в них участками луговых степей [7, с. 45]. Кроме того, в этих широтах находится наиболее увлажненная часть Русской равнины [12, с. 27]. В геоморфологическом отношении в пределах Нижнего Новгорода четко выделяются два района: нагорная часть (высокие плато северных отрогов Приволжской возвышенности) с абсолютными отметками 140–200 м, и низинная Заречная часть с абсолютными отметками 65–85 м. Естественной границей между возвышенными и низменными районами города служит река Ока [11, с. 34]. Леса в окрестностях Н. Новгорода представлены в основном дубравами и сосновыми борами. Первые развиты в нагорной части города, последние встречаются преимущественно в Заречье. Природные ландшафты используются как места отдыха, но – помимо этого – обладают значительным потенциалом для развития экологического и просветительского туризма и формирования экологической компетентности.

Собственный туристский потенциал Нижнего Новгорода исключительно высок. В его основе лежат такие факторы, как большое количество памятников истории и культуры, многие из которых являются уникальными; красота и многообразие природных ландшафтов; сравнительно благоприятная экологическая среда; выгодное геополитическое положение.

Один из маршрутов может включать прохождение лесопарка «Швейцария» на Окском откосе (берег р. Ока), на примере которого изучается состав орнитокомплексов в условиях крупного города и адаптации животных, сопряженные с урбанизацией (орнитологическая экскурсия). Вторая часть маршрута охватывает участок от пл. Минина до пл. Сенной по берегу р. Волга.

Следует отметить, что среда большого города для животных достаточно специфична. Разнообразие городских местообитаний и их мозаичное распределение накладывается на более или менее выраженное функциональное зонирование городской среды. Особенность городской среды – непредсказуемый (несезонный) и нередко катастрофический характер изменений, происходящих в городских местообитаниях. Высокие антропогенные нагрузки все чаще резко обедняют видовой

состав животного мира, вызывают ошутимую перестройку природных комплексов, приводят к уменьшению биологического разнообразия, к снижению численности многих видов животных и растений [4, с. 13].

Орнитологическая экскурсия, предназначенная как для студентов, так и для тех, кто интересуется бердворчингом, является хорошим средством формирования экологической компетентности в рамках экологического туризма, позволяет изучить видовой состав сообществ, выявить особенности тех или иных представителей, связанные с их образом жизни.

Птицы являются обязательным компонентом животного населения городов, они неизбежно вступают в процессы синантропизации и урбанизации, приобретая ряд новых экологических особенностей и адаптаций. Они четко реагируют на изменения окружающей среды, прежде всего антропогенного происхождения. Реакция проявляется в сокращении численности отдельных видов или целых комплексов, перестройке структуры населения. Урбанизация птиц отражает процесс вхождения и закрепления животных в городских поселениях человека [4, с. 13].

В целом, изучая орнитофауну в условиях мегаполиса, слушатели получают необходимые знания, лежащие в основе формирования бережного отношения к природным сообществам.

Парк «Швейцария» (площадь 380 га) расположен вдоль Окского откоса, протяженность 3,5 км. Правый берег Оки представлен узкой поймой и высоким (75-115 м) склоном, который переходит на всхолмленную поверхность коренного берега. Склон прорезан оврагами, много дорог, троп, имеются лестницы к берегу реки. Леса расположены по склонам откоса и оврагов. Здесь сохранились насаждения дуба, липы, клена остролистного в возрасте 150 лет, встречаются 100-летние вязы, березы, сосны. Большую часть склона занимает дубо-липняк. Подлесок развит слабо, состоит из рябины, крушины, бересклета, малины. В травянистом покрове много дубравных элементов, значителен процент луговых видов.

Предлагаемый маршрут охватывает верхнюю часть парка, прилегающую к проспекту Гагарина, от остановки автобусов «Медицинская» до остановки «Мыза». При проведении экскурсии следует использовать все способы удержания внимания: обращение к накопленному опыту, личные наблюдения, элементы неожиданности. Для запоминания песен птиц вовлекаются аналогии. Орнитологическая экскурсия может сочетать в себе черты как экологического, так и приключенческого туризма. Желательно иметь при себе GPS-навигатор, что позволит показать приемы обращения с ним. В число необходимого оборудования входят блокноты с твердой обложкой и бинокли – хотя бы несколько на группу.

*Пример проведения экскурсии.* Для верхней части парка характерна бедность орнитофауны. Много синантропных видов и видов, не

являющихся синантропами, но приспособившихся к соседству человека, гнездящихся на деревьях и в дуплах. Это свидетельствует о высокой антропогенной нагрузке. В самом начале маршрута вдоль проспекта Гагарина мы встречаем зяблика, пеночку-весничку, пеночку-теньковку, зеленую пеночку, белую трясогузку, мухоловку-пеструшку, зарянку. Возле аттракционов держатся сизый голубь, галка, грач, воробьи – домовый и полевой, серая ворона – синантропные виды, привыкшие к присутствию человека. Вблизи асфальтовых дорожек на земле нередко можно увидеть белую трясогузку и обыкновенную овсянку. На деревьях возле тропинок часто появляется сорока. На опушках в верхней части парка поют коноплянка, обыкновенная зеленушка (виды, не избегающие соседства с человеком). Ближе к откосу можно услышать пение зарянки (малиновки).

Обычными представителями орнитофауны Окского откоса парка «Швейцария» являются виды-дуплогнезники: **большой пестрый дятел** *Dendrocopos major* (голос – резкое «ки-ки-ки») и поползень. Реже встречаются малый пестрый дятел, вертишейка. **Малый пестрый дятел** *Dendrocopos minor* является как бы уменьшенной копией (чуть больше воробья) большого. Голос – быстрое громкое «ки-кики-ки». Основу питания в теплое время года составляют древоточцы, их личинки, термиты, муравьи, тли. Значительное место в рационе занимают ягоды и семена, покусается дятел на улиток, мелких воробьиных птиц, их яйца и птенцов. Зимой птицы переходят на семена и орехи, добытые из шишек хвойных растений. О присутствии большого пестрого дятла можно узнать по «кузницам». «Кузница» представляет собой щель в стволе или ветви дерева, в которой дятел закрепляет шишки вершиной вверх и, отгибая чешуйки, извлекает семена. Под деревом, на котором расположена «кузница» дятла, обычно разбросаны в большом количестве шишки ели или сосны, часто и те, и другие. Шишки, обработанные дятлом, определяют по отогнутым чешуйкам.

*Интересные факты.* У большого пестрого дятла клюв работает как отбойный молоток с частотой в 10 ударов за секунду. Клейкий язык, проходящий через правую ноздрю клюва, способен выдвигаться у разных видов дятлов от 5 до 15 см для извлечения насекомых из щелей. На кончике языка находятся зазубрины, на которые буквально насаживается добыча. Он настолько длинный, что в голове птицы рожки подъязычного аппарата, поддерживающего язык, оборачиваются вокруг оси черепа. Дышит дятел только левой ноздрей. Знакомая поза дятла, сидящего на дереве, сохраняется даже ночью, когда он так же, подвесившись в дупле на вертикальной поверхности, спит. Практически все дятловые делают дупла, но период их создания разный. В основном требуется две недели, хотя есть примеры сооружения дупла кокардовым дятлом в течение нескольких лет.



В глубине парка, на откосе, можно услышать пение дрозда-белобровика, певчего дрозда, иволги, черноголовой славки. Белобровик и певчий дрозды гнездятся на склоне. *Дрозд-белобровик Turdus iliacus* размером со скворца, окраска бурая с рыжим, над глазом желтовато-белая бровь. Песня – нисходящая трель («рррюрюрюрюрю»), крик – громкий треск. опрятное время года кормовой рацион основывается на червях, улитках, членистоногих и др. беспозвоночных, в то время как в осенне-зимний период преобладают плоды. Гнездо из сухих травинки и мелких веточек, располагается, как правило, на земле. Белобровик тяготеет к влажным лесам с густым подлеском, достаточно темным. *Певчий дрозд Turdus philomelos* – спинная сторона серая, бока бледно-охристые, на груди и брюшке округлые темные пестрины, крыло снизу рыжее. Песня – звучная свистовая трель с повторяющимися 2-3 раза фразами: «Филипп – Филипп, приди – приди, чайпить – чайпить, с сахаром!». Обитатель хвойных и широколиственных и смешанных лесов, богатых полянами, расположенных в том числе и высоко в горах. Локально гнездится в городских парках и садах. Питается животным и растительным кормом. Охотно поедает улиток, при этом нередко разбивает раковины, бросая их на камни (своего рода «наковальни»). Гнездо из веточек и лишайников, без выстилки, лоток обмазывает размоченной древесной трухой и землей, смачивая их слюной.

Таким образом, в ходе экскурсии отчетливо выявляется влияние антропогенного пресса на биологическое разнообразие орнитофауны лесопарка «Швейцария». Количество видов, а также их численность возрастают в направлении Окского откоса. На откосе и вблизи него встречаются наземно-гнездящиеся, кустарниковые и типично лесные виды, тогда как для части, граничащей с проспектом Гагарина, более характерны виды с высокой экологической пластичностью и синантропы.

Изучение орнитокомплексов лесопарка «Швейцария» (верхняя часть Окского откоса) может быть органично дополнена маршрутом культурно-просветительской направленности по Верхневолжской набережной от пл. Минина до пл. Сенной. Верхневолжская набережная считается одним из самых красивых мест Нижнего Новгорода и обладает значительным потенциалом в плане развития туризма. История Верхневолжской набережной берет начало в 1834 г., создана по указу императора Николая I. Прорезавшие берег овраги были засыпаны, склоны выровнены и укреплены дерном. Навстречу друг другу протянулись два спуска – Георгиевский и Казанский (бывший Печерский), разбит Александровский сад. Вдоль самой набережной было разрешено возводить исключительно каменные роскошные здания.

Главной доминантой Волжской (Верхневолжской) набережной стала Георгиевская церковь около Благовещенской площади (ныне пл. Минина и Пожарского). По имени храма были названы угловая башня

Нижегородского кремля и съезд к Волге. Основана в начале XV в. Каменный храм был построен в «нарышкинском стиле» в 1702 г.: надстройка одного над другим четырех ярусов (на двух четырехугольниках – два восьмигранника, переходящие в подглавную «шейку») на нижегородской земле редкость. Церковь была украшена мелким орнаментом белого камня в виде тонкого кружева. Рядом стояла украшенная в том же стиле колокольня, несколько ниже церкви, что было характерно для церковного строительства того времени [10]. Взорвана в 1932 г.

Верхневолжская набережная начинается у площади Минина и Пожарского, рядом с памятником Чкалову и Георгиевской башней кремля, заканчивается на Сенной площади. Вдоль нее расположены старинные богатые особняки и дома в стиле «сталинского ампира». Особо выделяются своим великолепием усадьба Рукавишниковых и дом купца Сироткина [8, с. 110]. Однако внимание привлекает и другая башня – Зачатьевская (Зачатская). Зачатская башня получила свое название от располагавшегося поблизости, вне кремлевских стен, Зачатьевского монастыря, основанного в середине XIV в. Башня была возведена на одном из самых опасных участков территории кремля, вследствие чего постепенно разрушалась в результате оползней и действия грунтовых вод. Разобрана в правление Екатерины II, восстановлена полностью в 2012 г. Подлинные фрагменты башни обнаружены в 1961 г.: верх сводчатого прохода, ведущего из башни в печуру в толще крепостной стены, а над ним несколько белокаменных ступеней. Сохранилось пять ступеней высотой 34-36 см и шириной по 27 см, что значительно круче обычных для кремля лестниц, а также кирпичная облицовка стены с остатками наклонного свода [1, с. 112].

Реконструкция осуществлялась под руководством И.С. Агафоновой. Первый этаж и примыкающая к башне стеклянная галерея представляют собой подобие защитного саркофага над руинами подлинных кремлевских стен и Зачатьевской башни. Напротив Зачатской башни Кремля расположен памятник Петру I на Нижневолжской набережной (автор С. Ромашов).

Усадьба Рукавишниковых. Является объектом культурного наследия регионального значения, федеральной собственностью и входит в состав музейного объединения ГБУК «Нижегородский государственный историко-архитектурный музей – заповедник». Первоначально 2-х этажный каменный особняк на Верхне-Волжской набережной принадлежал купцу 3-й гильдии Серапиону Везломцеву и перешел за долги в 1840-х гг. владельцу первого в Нижнем Новгороде сталелитейного завода Рукавишникову М.Г. Представляет собой величественный комплекс с домом в стиле итальянского палаццо. Все внутренние помещения особняка отличаются пышностью отделки стен и дорогим художественным паркетом. С южной стороны расположена

мраморная парадная лестница. Здание обильно украшено лепниной, балкон 2-го этажа поддерживают атланты, оконные простенки занимают горельефные фигуры кариатид. По второму этажу особняк связан с двухэтажным кирпичным флигелем [3, с. 95; 5].

Подводя итог вышесказанному, следует отметить, что формирование экологической компетентности и развитие экологического и познавательного туризма невозможно без понимания уникальности природных сообществ, знания об отдельных представителях животного мира, формирования бережного отношения как к природе, так и к культурному и историческому наследию родного края.

### Литература

- 1. Агафонов С.Л.** Нижегородский кремль: архитектура, история, реставрация / С.Л. Агафонов. – Горький: Волго-Вятское кн. изд-во, 1976. – 136 с.
- 2. Богатырева Е.В.** Приключенческий туризм / Е.В. Богатырева // Туризм и отдых. 2006. №8. – С. 23-25.
- 3. Виноградова Т.П.** «Тайна» дворца Рукавишниковых на Верхневолжской набережной / Т.П. Виноградова, А.И. Давыдов, В.В. Краснов // III музейные научные чтения «Мир русской усадьбы». Сборник материалов. – Н.Новгород, 2007. – С. 89–101.
- 4. Гарицкая М.Ю.** Экологические особенности городской среды / М.Ю. Гарицкая, А.И. Байтелова, О.В. Чекмарева. – Оренбург, 2012. – 216 с.
- 5. Давыдов А.И., Краснов В.В.** Дворец Рукавишниковых на Верхневолжской набережной в Нижнем Новгороде. 2010. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.opentextnn.ru/space/nn/dom/?id=3533>. – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 9.02.2018.
- 6. Левин А.С.** Экотуризм как форма рекреационного природопользования (материалы к панельной и секционной дискуссиям) [Электронный ресурс] // Электронная газета «Экоclub». 2002. - 22(295), 29 июня 2002 г. Режим доступа: <http://www.rukzak.ru/ekoklub/eko295.htm>. – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 10.02.2018.
- 7. Лукина Е.В.** Памятники природы г. Нижнего Новгорода / Е.В. Лукина, Ф.М. Баканина. – Н. Новгород: Изд-во «Чувашия», 1997. – 142 с.
- 8. Нижний Новгород: 795 вопросов и ответов.** – Н. Новгород: Кварц, 2015. – 280 с.
- 9. Никонова Т.В.** Особенности приключенческого туризма и перспективы его развития в России / Т.В. Никонова, В.Ю. Гусарова, О.Н. Пережогина // Современные проблемы сервиса и туризма. № 3. Т. 11, 2017. – С. 51–58.
- 10. Очерки о нижегородских храмах.** [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gorbibl.nnov.ru/cerkvi>. – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 14.02.2018.
- 11. Трубе Л.Л.** Горьковская область. Природа и население / Л.Л. Трубе, А.Ф. Шубин. – Горький: Волго-Вятское книжное издательство, 1968. – 127 с.
- 12. Харитонычев А.Т.** Природа Нижегородского Поволжья / А.Т. Харитонычев. – Горький : ГГПИ им. М. Горького, 1987. – 175 с.

**Борякова Е.Е. Біогеоценоз мегаполісу та культурної спадщини як об'єкта екологічного туризму (на прикладі Нижнього Новгород)**

*Стаття присвячена розвитку туристичного маршруту (в рамках екотуризму) на основі навчальних екскурсій. Маршрут складається з двох частин: міського лісопарку та Верхневольської набережної з об'єктами культурної та історичної спадщини. В результаті екскурсій слухачі формують уявлення про громади мегаполісів як про єдину систему, що лежить в основі комфортного міського простору.*

**Ключові слова:** екологічна компетентність, міський простір, орнітологічна екскурсія, туристичний потенціал, Нижній Новгород, історико-культурна спадщина.

**E. Boryakova Biogeocenosis of a megacity and a cultural heritage as an object of ecological tourism (on an example of Nizhni Novgorod)**

*The article is devoted to the development of a tourist route (within the framework of ecotourism) on the basis of educational excursions. The route consists of two parts: the urban woodland park and the Verkhnevolzhskaya embankment with objects of cultural and historical heritage. As the result of excursions, the listeners form an idea of the megapolis communities as a single system underlying comfortable urban space.*

**Key words:** environmental competence, urban space, ornithological excursion, tourism potential, Nizhni Novgorod, historical and cultural heritage.

УДК 581.93

**Веденеев Алексей Михайлович,**

кандидат биологических наук, доцент,  
доцент Волгоградского государственного  
социально-педагогического университета  
[vedvgpu@mail.ru](mailto:vedvgpu@mail.ru)

**ЛИХЕНОЛОГИЧЕСКИЕ ЭКСКУРСИИ В ЛЕС НА  
ТЕРРИТОРИИ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ**

*В статье приведена краткая характеристика физико-географических условий Волгоградской области и лесной лишайности региона. Предложено использование данного материала при проведении экскурсий в природу.*

**Ключевые слова:** Волгоградская область, лишайниковый компонент, экологические группы, экологическая валентность, биоморфы.

Волгоградская область расположена на юго-востоке европейской части России, в бассейне Среднего Дона и по обоим берегам Волги в ее нижнем течении. На севере она граничит с Саратовской, на северо-западе с Воронежской, на западе с Ростовской областями, на юге и юго-востоке – с Калмыкией и Астраханской областью, а на востоке с Казахстаном. Общая площадь области – 113,9 тысяч км<sup>2</sup>.

Территория региона представляет собой всхолмленную равнину с колебанием отметок поверхности от + 359 м (Гусельско-Тетеревятский кряж) до – 15 м (оз. Эльтон) над уровнем моря и наклоном на юг и юго-восток. Преобладают разновозрастные эрозионно-денудационные формы рельефа. Крупнейшие реки Русской равнины Волга и Дон прорезают территорию области, вскрывая в береговых обрывах напластования различных горных пород [2].

Климат региона характеризуется значительной континентальностью, нарастающей от северо-западных районов к юго-восточной части территории. Лето продолжительное, жаркое и сухое. Средняя температура июля от + 21,5° С до + 24,5° С. Зима холодная и малоснежная. Средняя температура января от – 11,8° С до – 7,2° С.

Осадков выпадает мало, и распределены они неравномерно как по сезонам, так и по годам. Среднегодовое количество осадков изменяется в широком интервале – от 280-300 мм на Прикаспийской низменности до 400–500 мм - в западных и северных районах области.

Среднегодовая величина относительной влажности на территории области составляет 66–75%, в Заволжье и на Прикаспийской низменности она ниже на 5–7% по сравнению с западными и северными районами [2].

Характерной особенностью региона является активный ветровой режим в течение всего года. В весенне-летний период обычны пыльные бури и суховеи. Характерной особенностью является наиболее высокая повторяемость ветров восточного направления в ранневесенний и весенний периоды и западных-северо-западных ветров осенью.

Для региона характерна смена типов и подтипов почв в направлении с северо-запада на юго-восток (от черноземов обыкновенных до светло-каштановых). Эта закономерность – проявление природной зональности на Русской равнине, обусловленная соответственным изменением соотношения тепла и влаги.

Территория района исследования располагается в пределах двух почвенных зон: черноземной и каштановой. Черноземная зона занимает менее трети площади области – 29%, на каштановую зону приходится 71%.

В условиях дополнительного поверхностного, грунтового или смешанного увлажнения в неглубоких западинах и на террасах рек сформировались полугидроморфные аналоги черноземов – тип лугово-черноземных почв. Площадь этих почв относительно невелика.

На террасах рек, в заволжских лиманообразных понижениях и дру-

гих отрицательных элементах рельефа в каштановой зоне широкое распространение получили лугово-каштановые почвы. Они не образуют сплошного почвенного покрова и встречаются пятнами среди зональных почв каштанового типа.

В пределах района исследования, кроме зональных типов почв, широко представлены и интрозональные почвы. Наиболее распространенными являются солонцы. Они распространены на территории области неравномерно. Специфическим почвенным образованием на территории области являются дерново-степные песчаные почвы, приуроченные к песчаным массивам. В условиях близкого залегания засоленных грунтовых вод на террасах рек и по берегам заволжских соленых озер сформировались луговые солончаки.

На обнажениях карбонатных пород формируются своеобразные маломощные карбонатные почвы, которые распространены в Донской излучине, по правобережьям рек Хопра, Медведицы, Иловли [2].

Почти половину (51,7 %) территории области и 67,0 % всех сельскохозяйственных угодий занимает пашня. Область относится к максимально освоенным территориям.

На территории региона представлено несколько эколого-флористических комплексов, основным из которых является степной. В пределах области выделяются следующие подзоны степной зоны: луговые, богато-разнотравно – дерновинно-злаковые, разнотравно-дерновинно-злаковые, дерновинно-злаковые и опустыненные степи [1].

Лесистость области очень низкая и составляет в среднем всего 3,8%, причем леса распределены неравномерно: лесистость северо-западных районов составляет 5,8 %, заволжских и южных – всего 1,8%. Преобладают пойменные и байрачные леса.

Из-за своей нетипичности для региона, леса представляют собой не только ценные в хозяйственном отношении сообщества, но и чрезвычайно интересны с точки зрения рекреации. При этом, в нашем регионе практически отсутствует экскурсионные маршруты, путеводители, справочники, рассказывающие об этих интересных экосистемах.

Экскурсии можно проводить как комплексные, так и локально предметные, например, лишенологические, повествующие об удивительных симбиотических организмах – лишайниках.

### **Экскурсия в байрачный лес**

Байрачные леса относятся к числу одних из наиболее распространенных на территории Волгоградской области. Они являются экстразональными растительными сообществами, образующими самостоятельную зону в соседних регионах, а у нас встречающиеся в виде отдельных “островков” на не плакорных участках по степным балкам.

В байрачных лесах первый ярус образуют дуб черешчатый (*Quercus robur*) и липа мелколистная (*Tilia cordata*), второй – клен американский

(*Acer negundo*), вяз гладкий (*Ulmus laevis*), осина (*Populus tremula*). В подлеске клен татарский (*Acer tataricum*), бересклет бородавчатый (*Euonymus verrucosus*), боярышники, терн (*Prunus spinosa*), вишня степная (*Cerasus fruticosa*) и др. Травянистая растительность, как правило более или менее разреженная.

Байрачные леса характеризуются своеобразным микроклиматом и особенными почвенными условиями. Во-первых, ежегодно деревья и кустарники образуют мощную рыхлую лесную подстилку, что затрудняет развитие эпигейных лишайников. Во-вторых, здесь отсутствуют естественные каменистые субстраты, что приводит к обеднению таксономического состава лишайников по сравнению со степными экотопами. В-третьих, в данном типе экотопов обеспечиваются мезофитные условия обитания, что так же накладывает свой отпечаток на видовой состав лишайников.

Байрачные леса стоят на втором месте по количеству таксонов лишайников после степных экотопов. Это не случайно, т.к. для них характерен наиболее оптимальный режим увлажнения, освещения и самый широкий среди древесно-кустарниковых сообществ региона видовой спектр форофитов.

Для байрачных лесов отмечается наибольшая, для лесных экотопов, видовая специфичность лишайникового компонента. Строго к обитанию в байрачных лесах приурочены 18 видов лишайников (*Bryoria nadvornikiana*, *Buellia disciformis*, *Evernia divaricata*, *Parmelina tiliacea* и др.).

Ведущей субстратной экологической группой в байрачных лесах являются эпифиты. Наибольшее видовое разнообразие эпифитов отмечается для дуба, березы, ясени, клена татарского, ольхи, груши. Основная масса облигатных эпифитов является стеносубстратными и обитают на каком-то одном форофите. Наибольшей видовой специфичностью характеризуется набор видов лишайников, произрастающих на дубе. Так, строго к дубам приурочены *Evernia divaricata*, *Lecania koerberiana*, *Lecanora saligna*, *Physconia detersa*, *Ramalina fraxinea*. Наибольшей пластичностью по отношению к обрастаемым форофитам отличаются виды *Anartychia ciliaris*, *Hypogymnia tubulosa*, *Melanelixia glabra*, *Melanohalea exasperata*, *Physcia aipolia*, *Physconia distorta*, *Ramalina pollinaria*.

В байрачных лесах достаточно широко распространены и эпигейные лишайники, но к числу облигатных эпигейдов относятся только *Cladonia subulata* (вид, который также встречается и в искусственных сосновых посадках) и *Peltigera didactyla*.

Преобладают листоватые жизненные формы при ведущей роли лишайников из группы расщечено – лопатных ризоидальных.

Таким образом, видовой состав, спектр биоморфологических и эколого-субстратных групп отражают специфические условия обитания в байрачных лесах. Являясь экстразональным типом растительных сообществ

ществ, нетипичных для нашего аридного региона, байрачные леса обеспечивают проникновение на территорию Волгоградской области мезофитных видов лишайников, не способных к обитанию в засушливых условиях степи.

### Экспедиция в пойменный лес

Пойменные леса – самые распространенные лесные сообщества Волгоградской области. Они относятся к интразональным типам растительных сообществ, не образующим своей собственной зоны. Пойменные леса приурочены в основном к пойменным комплексам в долинах рек, прежде всего Волги, Дона, Хопра, Медведицы. Наибольшую ценность имеют естественные пойменные леса. Древесно-кустарниковая растительность здесь сформировалась в соответствии с ритмом увлажнения, паводковым режимом и рельефом поймы. В прирусловой части поймы произрастают тальники; на участках с близким уровнем грунтовых вод и продолжительным затоплением – ветляники; на площадях со средней продолжительностью затопления – осокорники; на возвышенностях с кратковременным затоплением или без затопления – дубравы. Видовой состав древесно-кустарниковой растительности здесь сравнительно беден. Главными породами являются дуб черешчатый (*Quercus robur*) и тополь черный (*Populus nigra*). Травянистая растительность, как правило, сильно разреженная и не оказывает существенного влияния на формирование напочвенного лишайникового покрова. Таксономический состав травянистых растений значительно беднее, чем в байрачных лесах.

Видовое разнообразие лишайников также невелико. В пойменных лесах, характеризующихся ежегодным затоплением во время весенних паводков, отсутствием каменистых субстратов и сравнительно бедным видовым составом форофитов для Волгоградской области отмечено 44 таксона лишайников (19, 8 % от общего числа), причем наибольшее таксономическое разнообразие лишайникового компонента характерно для не затопляемых участков пойменного леса, наиболее удаленных от реки.

При общем низком видовом разнообразии, флора лишайников пойменных лесов характеризуется незначительной видовой специфичностью. Строго к обитанию в пойменных лесах приурочена только *Dimerella lutea*. Остальные лишайники относятся к числу более или менее широко распространенных в различных экотопах.

Так же, как и в случае с байрачными лесами, ведущая роль в сложении лишайникового покрова принадлежит эпифитным лишайникам. Это такие виды, как *Amandinea punctata*, *Anartychia ciliaris*, *Evernia mesomorpha*, *E. prunastri*, *Hypogymnia physodes*, *Pleurosticta acetabulum*, *Melanelixia glabra*, *Melanohalea exasperata* и пр. Наибольшее видовое разнообразие эпифитов отмечается для дуба, тополя, ивы, осины.

Преобладают листоватые жизненные формы при ведущей роли лишайников из группы рассечено – лопастных ризоидальных. Кустистые



формы в пойменных лесах по своему таксономическому разнообразию бедны. При этом закономерно преобладают эпифитные лишайники, что связано с регулярной ежегодной поемностью, которая сопровождается затоплением лесов. Это делает невозможным развитие напочвенного лишайникового покрова.

Таким образом, пойменные леса, произрастая в условиях наибольшего для региона увлажнения, в силу сезонных особенностей природных явлений (ежегодное затопление во время весенних паводков), характеризуются наименьшим видовым разнообразием растительного и лишайникового компонентов.

### Литература

**1. Карта** восстановленной растительности Центральной и Восточной Европы. Масштаб 1: 2500000/ Отв. ред. С. А. Грибова, Р. Нейхейсл. – 1989. – 6 л. **2. Природные условия и ресурсы Волгоградской области** // Под ред. проф. В.А. Брылева. – Волгоград : Перемена, 1996. – 264 с.

***Веденев А.М. Ліхенологічні екскурсії до лісу на території Волгоградської області***

*У статті описується короткий опис фізико-географічних умов Волгоградської області та ліхенобіотії в регіоні. Запропоновано використання матеріалу при проведенні екскурсій по природі.*

**Ключові слова:** *Волгоградська область, ліщачний компонент, екологічні групи, екологічна валентність, біоморфія.*

***A. Vedenev Lichenological excursions to the forest on the territory of the Volgograd region***

*The article describes the brief description of the physical and geographical conditions of the Volgograd region and lihenobioty in the region. Proposed use of the material when conducting tours in the nature.*

**Key words:** *Volgogradskaya oblast, lishajnikovyj component, environmental groups, ecological valency, biomorfy.*

**Додонов Олег Владимирович,**  
кандидат экономических наук, доцент,  
старший научный сотрудник,  
доцент кафедры истории и туризма  
Учреждения образования  
«Полоцкий государственный университет»  
(Республика Беларусь)  
[oleg.dodonov.68@mail.ru](mailto:oleg.dodonov.68@mail.ru)

## **ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В ПОЗИЦИОНИРОВАНИИ ПОЛОЦКОГО РЕГИОНА – КАК ЦЕНТРА МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

*В статье определены роль Полоцкого региона в контексте развития молодежного туризма в Республике Беларусь, перспективные для развития молодежного туризма сегменты в регионе, привлекательные для молодежи виды туризма и достопримечательности региона, предложены инновационные подходы в решении проблем развития молодежного туризма в Полоцком регионе.*

**Ключевые слова:** инновации, молодежный туризм, Полоцк, привлекательность региона, регион.

Туризм с каждым годом становится одним из важнейших сфер в жизни молодёжи. Молодежный туризм является перспективной средой путешествий в Республике Беларусь, в том числе в Витебской области, где Полоцкий район является одним из старейших не только в стране, но и в Европе.

По результатам конкурса, проводимого Министерством образования Республики Беларусь, в январе 2017 года г. Полоцк выбран молодежной столицей Республики Беларусь, что создает реальные предпосылки для развития молодежного туризма в Полоцком районе. Лишь на протяжении 2017 года сам Полоцк стал главной молодежной площадкой для республиканских и международных мероприятий: фестивалей, акций, проектов, встреч, конференций, в которых приняли участие представители учащейся, студенческой и рабочей молодежи Беларуси и стран ближнего и дальнего зарубежья [1].

В то же время, как в Полоцком районе, так и в Витебской области и в Республике Беларусь в целом, не до конца еще реализован туристический потенциал, направленный на рост въездного туризма. Как отмечается в Государственной программе «Беларусь гостеприимная» на 2016–2010 годы, утвержденной Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 23 марта 2016г. №232 [2], продвижение туристического

продукта страны на внешнем и внутреннем рынках осуществляется недостаточно эффективно, где одними из главных причин являются неразвитость проведения развлекательных и событийных мероприятий в районных и малых городах, практическое отсутствие в них знаков туристической навигации [2, с. 3]. Важнейшими задачами для повышения эффективности продвижения туристического продукта и, как следствие – роста въездного туризма определены такие, как развитие молодежного туризма в регионах страны, имеющих нереализованный туристический потенциал, на основе инновационных решений.

Проблематике развития молодежного туризма в целом посвящены исследования таких ученых, как М.Н. Балаян и Т.А. Юдина [3], В.А. Квартальнов [4]; при этом, некоторые авторы рассматривают инновационные подходы для повышения эффективности продвижения туристического продукта на молодежном сегменте рынка потребителей [5]. В меньшей степени исследованы аспекты развития молодежного туризма в небольших городах и районах Республики Беларусь с учетом инновационных подходов [6].

В силу того, что Полоцкий регион имеет не только формальный статус молодежной столицы Республики Беларусь, но и реальные предпосылки для развития молодежного туризма, применение инновационных форм является актуальной практической задачей. Актуальность данной задачи заключается в том, что молодёжный туризм в Полоцком регионе Витебской области не исследован в полной мере, что выражается в нехватке информации о нем в туристическом мире, и не делает этот регион в полной мере привлекательным для туристов.

Таким образом, целью данного исследования стало раскрытие сущности молодёжного туризма, выявление привлекательных сегментов для развития молодежного туризма в Полоцком регионе, разработка рекомендаций по развитию молодёжного туризма в данном регионе с использованием инновационных подходов.

В Законе Республики Беларусь «О туризме» [7] молодёжный туризм (как вид туризма) не выделяется и не включён в классификацию существующих видов. В данном Законе молодёжный туризм рассматривается фактором, под который попадают туристы в сегменте «молодёжь» [7]. Исходя из этого, молодёжный туризм можно рассматривать с нескольких точек зрения: как один из социально-культурных механизмов, с помощью которого могут быть созданы условия для раскрытия способностей молодого человека, а так же закрепление в молодежной среде общенациональных гражданско-правовых и нравственно-культурных ценностей, основанных на патриотизме; как социально-экономическое явление, которое возникло под влиянием молодежных движений, рожденных мирными идеалами послевоенного периода; как разносторонний вид непосредственно самого

туризма, предоставляющий огромный выбор путешествий на разный вкус, с разным уровнем комфортабельности, различными способами передвижения, но объединяющий молодых путешественников явно выраженным мотивом путешествовать. Именно в сочетании всех этих характеристик и раскрывается Полоцкий регион – как потенциальный для развития молодежного туризма.

В то же время следует учитывать, что сегмент «молодёжь» на начальном этапе сильно зависит от родителей, и, как правило, в путешествиях отличается экономией средств. Таким образом, особенностью молодёжного туризма является доступность в цене и не привередливость к условиям питания, размещения и иным услугам досуга, которые вызывают интерес у молодёжи во время путешествия. Важным маркетинговым инновационным подходом для привлечения сегмента «молодёжь» в туристический регион является снижение затрат на конкретное путешествие.

Сам по себе Полоцкий район является одним из трех в Витебской области, которые образует единую государственную туристическую зону. Полоцк – как районный центр, является туристическим центром не только национального, но и международного значения. В то же время, Полоцк является одним из древнейших городов не только Беларуси, но и Европы, первое упоминание, о котором в летописях датируется 862 годом н.э., и связано с рождением белорусской государственности, культуры и духовности. В связи с этим Полоцк можно считать потенциально привлекательным для развития познавательного туризма, где накопленное веками культурно-историческое наследие представляет международный интерес. Не менее привлекательным для развития молодежного туризма является наличие в самом Полоцком регионе экологических систем и природных ландшафтов, уникальных по своей сути, что создает предпосылки для развития экологического, оздоровительного, сельского, паломнического и транзитного туризма. Очевидно, что в Полоцком регионе уже сформированы такие виды туризма, как культурно-познавательный, паломнический, оздоровительный, агроэкотуризм, экологический, охотничий, военно-исторический и спортивный [8]. Задача состоит в том, что бы развить эти виды туризма с использованием инновационных подходов.

Исходя из этого, в Полоцком регионе наиболее перспективным можно выделить активный туризм, сегментом которого в большинстве своем выступает именно молодёжь.

Большое внимание в Полоцком регионе уделяется развитию активного туризма различной тематической направленности: экологической, культурно-познавательной, кулинарной. Создано множество привлекательных маршрутов для конных и пеших прогулок, велосипедные и водные маршруты (катание на лодках, сплавы на байдарках).

Познавательный туризм развивается на основе наличия в самой Витебской области более 3 тысяч памятников археологии, архитектуры, истории, искусства и культуры, около 1000 из которых занесены в список историко-культурных ценностей Республики Беларусь. Это древние городища и курганы, старинные усадьбы, величественные храмы, архитектурные застройки древних городов. Софийский собор в Полоцке, памятник архитектуры 11-18 вв., является жемчужиной белорусского зодчества, представляющую собой самое древнее в стране культовое каменное сооружение, созданное в византийском стиле (включен в предварительный список всемирного наследия ЮНЕСКО).

В регионе переплетаются традиции разных национальностей и религиозных конфессий, каждая из которых создавала духовное наследие и храмы, многие из которых являются шедеврами культовой архитектуры и входят в золотой фонд культуры белорусского народа. Их насчитывается почти 400, из которых 100 – памятники историко-культурного наследия.

Спасо-Евфросиньевский монастырь в Полоцке – древнейший действующий в Беларуси. Настоящий центр православия основан в 12 веке. Тысячи туристов и паломников со всего мира устремляются в эту древнюю обитель, чтобы поклониться мощам преподобной Евфросиньи и кресту, сакральной святыни и символу возрождения белорусской духовности. Спасо-Преображенская церковь находится в центре монастырского комплекса. Построена в середине 12 века полоцким зодчим Иоанном по поручению игумена Евфросиньи Полоцкой. Храм является истинным архитектурным шедевром. Его интерьер украшен уникальными фресками 12 века. Спасо-Преображенский храм включен в предварительный список всемирного наследия ЮНЕСКО.

Экологический туризм в Полоцком регионе является не менее привлекательным для молодежи. Следует отметить, что регион – один из самых живописных уголков Европы. По красоте и богатству заповедных мест природа региона уникальна, и это привлекает многочисленных туристов из разных стран мира. Государственный природно-заповедный фонд региона включает более 300 объектов, 200 памятников природы, 88 заказников, 2 национальных парка и единственный в Беларуси Березинский биосферный заповедник. Это одна из старейших охраняемых территорий Европы, сохранившаяся практически в первозданном виде, и единственное место в Европе, где на одной компактной территории в диких условиях обитает «Большая европейская пятерка» крупных млекопитающих – лось, зубр, медведь, волк и рысь. Здесь обитает третья часть белорусской популяции медведя. Экологические маршруты и тропы проходят по всем природным комплексам заповедника: лесам, лугам, болотам, рекам и озерам. На территории биосферного заповедника расположен музей

природы, дом экологического просвещения. Для удобства и комфорта туристов развивается строительство гостиничных комплексов, гостевых домиков, ресторанов, баров, банкетных залов.

Лесные богатства региона способствуют развитию и популярности охотничьего туризма. Охотхозяйства, которых насчитывается более 60, предоставляют полный спектр услуг по приему и размещению гостей от открытия въездной визы и получения разрешения на ввоз и вывоз охотничьего оружия, до организации туристического обслуживания граждан Беларуси и иностранных туристов.

Военно-исторический туризм охватывает места боевой славы – памятники, мемориалы, военные музеи. Интересующиеся военной историей туристы могут посетить мемориальный комплекс «Прорыв», Курган бессмертия в Полоцке, мемориал «За нашу советскую Родину», а также многие другие памятные места. Как в самом районном центре, так и в небольших населенных пунктах есть собственные музеи боевой славы, где собраны экспонаты времен Великой Отечественной войны, созданы экспозиции, посвященные партизанской борьбе, военным операциям на территории Республики Беларусь.

Спортивные достижения и традиции способствуют развитию спортивного туризма в Полоцком регионе. Посещение крупных соревнований и турниров, участие в спортивных и туристических мероприятиях стало популярным направлением отдыха. В регионе в большом количестве сосредоточены спортивные объекты различной направленности – спортивные залы, плавательные бассейны, стрелковые тир, лыжные базы и другие спортивные сооружения. В Полоцке и даже небольших городах региона открыты крупные спортивно-развлекательные центры, куда стремятся и местные жители, и гости. Здоровый образ жизни - это один из приоритетов государства. В самом Полоцке открыт «Республиканский областной центр олимпийского резерва по гребным видам спорта», где учебно-тренировочный комплекс оснащен современным спортивным оборудованием, в состав которого входит и гостиница «Парус». В небольшом населенном пункте региона (Городке) построена новая современная освещенная лыжероллерная трасса с развитой инфраструктурой и центр подготовки спортсменов. На территории комплекса открыта благоустроенная гостиница «Спортивный городок». Здесь комфортные номера, конференц-зал, помещение для хранения инвентаря. Созданы комфортные условия для отдыха и занятия спортом.

Перспективным направлением развития туризма также является эко-туризм, который может включать туристические походы с проживанием в палатках и приготовлением пищи на костре; организацию эко-просветительных туров, в том числе групп, специализированных по интересам (ценные лесные уголья, знакомство и наблюдение за флорой

и фауной, редкими видами растений и животных, находящимися в естественных условиях).

Важным элементом туристической привлекательности Полоцкого региона являются проводимые фестивали, праздники и другие события культурной жизни, составляющие ресурсную базу событийного туризма, и обогащающие программы пребывания иностранных посетителей в Беларуси. Ежегодно проводится фестиваль славянской культуры «Славянский базар в Витебске», который территориально проходит всего лишь на расстоянии 110 км. от Полоцка в областном центре (Витебске), не имеющий аналогов во всей Восточной Европе. Значительными культурными событиями также являются ежегодные Дни славянской письменности в Полоцке, экологический фестиваль в Полоцке, фестивали «Колокола Софии».

Таким образом, в регионе есть значительный потенциал для развития молодежного туризма (в первую очередь – активного). Он состоит из разнообразных туристических ресурсов, используя которые, можно создать привлекательные туристические продукты как для внутренних, так и иностранных туристов.

Анализируя перечисленные потенциальные возможности Полоцкого региона для развития молодежного туризма по отдельным его сегментам, следует выделить основные приоритетные задачи, которые должны решаться Управлением туризма Полоцкого областного совета:

- кадровое обеспечение отрасли специалистами с высшим, средним специальным и профессионально-техническим образованием, а также формирования системы научного и учебно-методического сопровождения, что является реальной возможностью исходя из того, что Учреждение образования «Полоцкий государственный университет» имеет профилирующую кафедру «Истории и туризма»;

- оперативное следование Государственной программе развития туризма в Республике Беларусь на 2016-2020 годы по критериям, определенным для Витебской области [9].

На основе результатов проведенного исследования можно сделать следующие выводы и определить первоочередные инновационные подходы в развитии молодежного туризма в Полоцком регионе.

Во-первых, необходимым инновационным подходом можно считать изменение процесса подготовки специалистов специальности «Туризм и гостеприимство» в Полоцком государственном университете. Суть заключается в следующем: больше 50% студентов, окончивших ПГУ по данной специальности, не работают по ней. Решить эту проблему можно путем привлечения студентов к разработке различных научно-исследовательских тем, сбору и обобщению статистических данных, изучению спроса и предложений в контексте программ развития туризма в Республике Беларусь и Витебской области. Также студентов необходимо

привлекать в качестве практикантов к различным туристическим предприятиям, способствуя их возвращению на эти рабочие места после окончания учебного заведения.

Во-вторых, проблемой экспорта туристических услуг и продуктов является сравнительная удалённость культурно-исторических объектов Полоцкого региона и, как следствие, их трудная транспортная доступность. Хотя все районные центры области имеют транспортное сообщение с Минском, Витебском и Полоцком, как правило, организовано не менее одного автобусного рейса по каждому направлению, но низкий уровень развития придорожного сервиса существенно снижают привлекательность региона как транзитной территории, и являются серьезным препятствием к вовлечению экономического оборота туристического потенциала. Решить данную проблему возможно посредством внедрения организационных инноваций в системе регионального менеджмента – реализация бизнес-планов при поддержке местных органов государственной власти с привлечением туристических предприятий и предпринимателей.

Рекомендательный характер для решения данной проблемы органами государственной власти в регионе может носить так же установка туристических знаков, символов, указателей, щитов на автодорогах для комфортабельности в ориентировании на туристические объекты на основе разрабатываемых теми же студентами Университета туристических маршрутов.

В-третьих, в регионе не существует отработанного механизма привлечение иностранных инвестиций в развитие молодежного туризма, отработанной системы научного и рекламно-информационного обеспечения национального продукта на внутреннем и внешнем рынках услуг. В этой связи необходимым является внедрение маркетинговых инноваций в туристическую деятельность с приоритетом в рекламировании региона – как привлекательного для молодежи.

Следует отметить, что инновационная деятельность в любой сфере и результат от нее определяется как совместная работа участников, направленная на создание и внедрение новшества. Она должна носить системный характер. Инновации в туристической деятельности, как правило, дают преимущество одной экскурсии над другой, что способствует успешному продвижению на рынке воспринимаемых и пользующихся спросом туристических продуктов и услуг правильно выбранной целевой аудиторией. В этой связи, решая проблему привлечения иностранных инвестиций в развитие молодежного туризма в Полоцком регионе целесообразным можно считать создание кластера с участием органов исполнительной власти, ученых и студентов Полоцкого государственного университета, руководителей туристических предприятий и частных предпринимателей в туристической сфере региона, объединенных главной идеей – развивать молодежный туризм в регионе.



## Література

**1. Полоцк** – молодежная столица Беларуси – 2017 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.novaya.by/2017/02/07/polock-molodezhnaya-stolica-belarusi-2017-foto-i-video> - Дата обращения 07.02.2017. **2. Государственная программа** «Беларусь гостеприимная» на 2016-2010 годы / утверждена Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 23 марта 2016г. №232 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mst.by/ru/programma-razvitiya-turizma-ru>. - Дата обращения 14.02.2018. **3. Балаян М.Н.** Молодежный туризм как фактор развития международного туризма на территории Краснодарского края: учеб. / М.Н. Балаян, Т.А.Юдина. – Сочи.: Сочинский государственный университет, 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv\\_zhurnala/2015/5/sociology/yudina-balanian.pdf](http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2015/5/sociology/yudina-balanian.pdf). Дата обращения 09.10.2017. **4. Квартальнов В.А.** Теория и практика туризма / В.А. Квартальнов. – М.: Вузовский учебник: Книжный мир. – 2008. – 196 с. **5. Наумова С.А.** Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие / С.А. Наумова. – Томск: Издательство Томского политехнического университета. – 2003. – 127 с. **6. Ермаченкова А.В.** Международный молодежный туризм / А.В. Ермаченкова. – 74-77 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/98106/1/74-77.pdf>. Дата обращения 09.10.2017. **7. Закон** Республики Беларусь «О туризме» от 25.11.1999 № 326-З. **8. Туризм** в Витебской области [Электронный ресурс] / Управление спорта и туризма Витебского облисполкома. – 2017. Режим доступа: <http://www.tourvitebsk.gov.by/node/949>. Дата обращения 29.10.2017. **9. Витебская** область [Электронный ресурс] / Studwood. – 2017. Режим доступа: [http://studwood.ru/1024588/turizm/perspektivy\\_razvitiya\\_turizma](http://studwood.ru/1024588/turizm/perspektivy_razvitiya_turizma). Дата обращения 17.12.2017.

### **Додонов О.В.** Інноваційні підходи у позиціонуванні Полоцького регіону – як центру молодіжного туризму Республіки Білорусь

*У статті визначено роль Полоцького регіону у контексті розвитку молодіжного туризму в Республіці Білорусь, перспективні для розвитку молодіжного туризму сегменти регіону, привабливі для молоді види туризму та визначені пам'ятки у регіоні, запропоновано інноваційні підходи щодо вирішення проблем розвитку молодіжного туризму у Полоцькому регіоні.*

**Ключові слова:** інновація, молодіжний туризм, Полоцьк, привабливість регіону, регіон.

**O. Dodonov Innovation approaches in positioning of Polotsk region – as the center of the youth tourism of Republic Belarus**

*In the article the leading role of Polotsk region in the context of the development of youth tourism in the Republic Belarus, promising for the development of youth tourism segments in the region, attractive for the young people the forms of tourism and sights of region, are proposed innovation approaches in the solution of the problems of the development of youth tourism in by Polotsk region.*

**Key words:** *innovation, youth tourism, Polotsk, the attractiveness of region, the region.*

УДК: 338.48-6 : 622.271 (477.61)

**Кандауров Владимир Владимирович,**  
*старший преподаватель кафедры географии  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[wovoonya@yandex.ru](mailto:wovoonya@yandex.ru)*

**УГЛЕПРОМЫШЛЕННЫЕ КАРЬЕРНО-ОТВАЛЬНЫЕ  
КОМПЛЕКСЫ СЕВЕРНОГО СКЛОНА ДОНЕЦКОГО КРЯЖА  
КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ОБЪЕКТЫ  
ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ**

*В статье рассмотрены углепромышленные карьерно-отвальные комплексы северного склона Донецкого кряжа как перспективные объекты в контексте развития промышленного туризма на Луганщине. Выделены основные тематические группы карьерно-отвальных комплексов с точки зрения туристической привлекательности. Охарактеризованы дополнительные положительные факторы развития промышленного туризма в нашем регионе. Определены проблемы, возникающие при использовании углепромышленных карьерно-отвальных комплексов как туристических объектов.*

**Ключевые слова:** *карьерно-отвальные комплексы, промышленный туризм, Луганщина, Донецкий кряж.*

Донбасс, являясь старым горнопромышленным регионом за последние сто с лишним лет, покрылся густой сетью карьерно-отвальных комплексов, которые могут стать популярными объектами туристического бизнеса в контексте развития промышленного туризма.

Основоположниками промышленного туризма в конце XIX века были соединенные штаты Америки. До конца XX в. данное направление

не пользовалось популярностью и значительно уступало другим направлениям туристического бизнеса мира. До 90% европейских турагентов работающих ныне на рынке промышленного туризма, согласно выводам из исследования А. Отгаара, вышли на данный сегмент туристического бизнеса на рубеже 80-90-х гг. XX века [1]. В США и в других регионах мира ныне популярнейшими объектами промышленного туризма являются промышленные предприятия, имеющие общемировую известность. Например, в США проводятся туры на завод Jack Daniel's, в Германии на заводы BMW, Audi, Volkswagen, Porsche, в Дании в тематический парк Legoland, в Австрии в Swarovski Krystallwelten [3], в Чехии на пивоваренный завод Kozel. Среди стран ближнего зарубежья стоит отметить туры на заводы Рошен и Coca-cola, туристические экскурсии в «Зону отчуждения» на Украине, на Московский булочно-кондитерский комбинат «Коломенское» и на заводы пивоваренной компании «Балтика» в Российской Федерации.

Сравнительно меньшей популярностью пользуются туры на предприятия горнопромышленного комплекса. Среди таковых можно выделить туры на алмазные фабрики Намибии, заброшенные соляные и угольные шахты в Германии, карьеры Криворожского железорудного бассейна в Украине.

В нашей публикации мы постараемся рассмотреть одну из перспективных предпосылок развития промышленного туризма на территории Луганщины. Определенной перспективностью в контексте развития промышленного туризма обладают карьерно-отвалыных комплексы, покрывающие северный склон Донецкого кряжа (Рисунок 1).

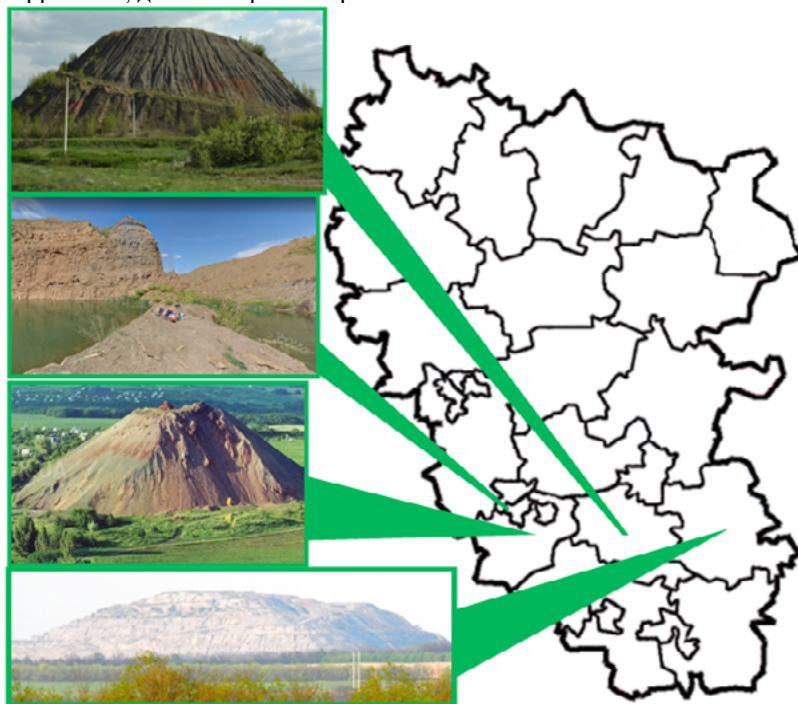
Крупнейшими и старейшими из карьерно-отвалыных комплексов северного склона Донецкого кряжа являются терриконы. Они представляют собой крутосклонные положительные формы рельефа различной формы и конфигурации расположенные как на отдалении, так и посреди городов юга Луганщины, что обусловлено особенностями исторического развития населенных пунктов. По своему внешнему виду терриконы Донбасса крайне разнообразны, встречаются:

- молодые высокие конусообразные терриконы черной окраски лишенные растительности с небольшими промоинами и конусами выноса;
- молодые высокие конусообразные терриконы, некоторые с усеченной вершиной, красноватой окраски частично или полностью поросшие растительностью с небольшими промоинами и конусами выноса;
- старые терриконники, сероватой или красноватой окраски, состоящие из одного крупного или нескольких небольших выположенных вследствие рекультивационных работ терриконов с террасированными склонами частично покрытые растительностью

занимающих значительные площади и зачастую имеющее автомобильный заезд на вершину.

Для использования в промышленном туризме наиболее привлекательными будут являться крупные потухшие первого и третьего типов, поскольку они в основном расположены на незначительном отдалении от населенных пунктов и транспортной сети. Соответствующая красноватая окраска, появившаяся после горения террикона, будет положительно воспринята экскурсантами. Также они являются более безопасными для экскурсантов. С вершин терриконов открывается великолепный вид на промышленный ландшафт Донбасса.

Вторыми по значению и привлекательности, объектами промышленного туризма на северном склоне Донецкого кряжа могут стать угольные карьеры. За последние 20 лет они покрыли густой сетью весь северный склон Донецкого кряжа. По своему внешнему виду и морфологической структуре угольные карьеры с отвалами, как и терриконы, довольно разнообразны:



*Рисунок 1. Расположение различных типов карьерно-отвальных комплексов по территории северного склона Донецкого кряжа.*

- первый тип угольных карьеров представлен наименее привлекательными для туристов одиночными угольными карьерно-отвальными комплексами представленными карьером незначительной глубины с отвалами;
  - второй тип карьерно-отвальных комплексов представлен обширными участками продолговатых карьеров и с чешуеобразными отвалами, занимающими огромные площади, крупнейшим из таких комплексов является сеть карьерно-отвальных комплексов на правом берегу р. Большая каменка [2];
  - третий тип карьерно-отвальных комплексов представляет собой «типичный лунный ландшафт» – обширный карьерно-отвальный бедленд, покрывающий значительные площади чередующихся между собой глубоких мультобразных карьеров с отвалами разного типа лишенными растительности, крупнейшим из таких является карьерно-отвальный комплекс к юго-востоку от г. Перевальск площадью 289 га.
- Все углепромышленные карьерно-отвальные комплексы находятся в хорошей транспортной доступности, поскольку в нашем регионе довольно густая транспортная инфраструктура и доставка экскурсантов к объекту не составит труда.

Для организации туристических экскурсий и туров на углепромышленные карьерно-отвальные комплексы помимо разработки маршрута, потребуется лишь согласование законодательно-нормативной базы, поскольку подавляющее большинство описанных нами объектов выведены из эксплуатации, но при этом экскурсии на них всё же потребуют соблюдения определенных правил техники безопасности.

В нашем регионе на сегодняшний день индустриальный туризм – это инициатива отдельных личностей, на западе же многие индустриальные туры поставлены на коммерческую основу.

Индустриальный туризм является одним из современных направлений туризма, но на территории бывшего СССР только начинает становиться на путь коммерческого использования. Популярность индустриального туризма все больше возрастает. Это происходит в связи с развитием новых технологий и появлением новых способов обмена информацией. Луганщина имеет определенные возможности, условия и как мы описали – подходящие объекты для организации индустриального туризма. В нашем регионе с его богатой историей промышленного освоения, помимо описанных в нашей публикации объектов сохранилось множество перспективных, таких как заброшенные шахты, заводы и песчаные карьеры, которые представляют огромный интерес для исследователей, а в перспективе и для потребителей туристических услуг.

## Литература

1. **Otgaard A.** Industrial Tourism. – Rotterdam, Erasmus univ, 2010. – p.5
2. **Кандауров В.В.** Морфологические особенности угольных карьерно-отвальных комплексов на правом берегу реки Большая Каменка Краснодонского района Луганщины / В.В. Кандауров // Вестник Луганского национального университета имени Тараса Шевченко : сб. науч. тр. / гл. ред. Е.Н. Трегубенко; вып. ред. Н.В. Вострякова; ред. сер. В.В. Халапурдина–Луганск:Книга,2017.–№1(5):Серия5,Географические науки. Туризм. – С. – 11–15. 3. **Скляренко С.А.** Перспективы развития промышленного туризма в России / С.А. Скляренко, Т.М. Панченко, И.А. Селиванов, М.В. Головенко // Российское предпринимательство. – 2011. – №10, вып.1 (193). – С.146–150

### **Кандауров В.В. Вугільнопромислові кар'єрно-відвальні комплекси північного схилу донецького кряжу як перспективні об'єкти промислового туризму у регіоні**

*У статті розглянуто вугільнопромислові кар'єрно-відвальні комплекси північного схилу Донецького кряжу як перспективні об'єкти в контексті розвитку промислового туризму на Луганщині. Виділено основні тематичні групи кар'єрно-відвальних комплексів з точки зору туристичної привабливості. Охарактеризовано додаткові позитивні чинники розвитку промислового туризму у нашому регіоні. Визначено проблеми, що виникають при використанні вугільнопромислових кар'єрно-відвальних комплексів як туристичних об'єктів.*

**Ключові слова:** кар'єрно-відвальні комплекси, промисловий туризм, Луганщина, Донецький кряж.

### **V. Kandaurov Coal-mining quarry-dump complexes of the northern slopes of the donetsk ridge as perspective objects industrial tourism in the region**

*The article deals with coal-mining quarry-dump complexes of the Northern slope of the Donetsk ridge as promising objects in the context of the development of industrial tourism in the Luhansk region. The main thematic groups of quarry-dump complexes are identified from the point of view of tourist attractiveness. Additional positive factors of development of industrial tourism in our region are characterized. The problems arising from the use of coal-mining quarry-dump complexes as tourist facilities.*

**Key words:** quarry-dump complexes, industrial tourism, Luhansk region, Donetsk ridge.

**Карпов Владислав Викторович,**  
старший преподаватель кафедры БЖД, ОТ и ГЗ  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[vip\\_belyy@mail.ru](mailto:vip_belyy@mail.ru)

## ПОЗИТИВНОЕ ВЛИЯНИЕ АГРОТУРИЗМА НА РАЗВИТИЕ РЕГИОНА

*В статье обобщен опыт развития сельского туризма (агротуризма) в Российской Федерации. Определены основные цели и главные задачи агротуризма как способа улучшения экономического состояния отдаленных территорий. Освещены социально – значимые преимущества и обобщены выявленные проблемы развития агротуристического бизнеса в Луганском регионе.*

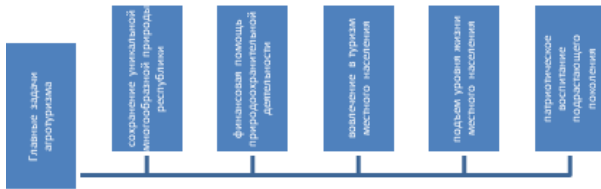
**Ключевые слова:** *сельский туризм, агротуристический бизнес, подъем уровня жизни, социально-значимые преимущества.*

Мировой опыт развития рыночных отношений свидетельствует о том, что важным направлением комплексного развития территорий является становление несельскохозяйственного бизнеса на селе. Вместе с народными промыслами и ремеслами, строительством, заготовками, переработкой сельскохозяйственной продукции, одним из основных направлений несельскохозяйственного бизнеса является агротуризм. К началу XXI в. международная индустрия туризма стала одной из самых высокодоходных [1, с. 155].

Туризм является одним из наиболее перспективных направлений структурной перестройки экономики, оказывает стимулирующее воздействие на развитие сопряженных с ним отраслей, таких как транспорт, строительство, связь, сельское хозяйство, производство товаров промышленного потребления. Исключительность туристической отрасли проявляется в ее воздействии, как на экономику, так и на решение социально — культурных проблем в аграрном секторе. А позитивное влияние агротуризма, дополнительно, выражается в эффекте мультипликатора [1, 2].

Агротуризм является относительно новой и пока еще не освоенной в нашей республике отраслью туризма, хотя в последние годы она особенно активно развивается в Российской Федерации и Европе. Идея агротуризма основана на стремлении городских жителей хотя бы на время избавиться от экологических и эмоциональных стрессов, характерных для крупных городов и мегаполисов.

Основной целью агротуризма является улучшение экономического состояния отдаленных территорий. Основные задачи агротуризма представлены на рисунке 1.



*Рисунок 1. Основные задачи агротуризма*

Агротуризм – это сектор туристической отрасли, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности. Он включает в себя не только реконструкции старинных промыслов и видов человеческой деятельности, но и проживание туристов в сельской местности и знакомство их с местным колоритом: участие в рыбалках, охотах, дегустация напитков местного производства, посещение бани, сбор лекарственных трав, прогулки по природным окрестностям с посещением старых деревень и т. д. Социальные преимущества агротуризма представлены на рисунке 2.

Общеизвестно, что агротуристический потенциал Луганской области достаточно богат. Область располагает благоприятными природно-климатическими условиями, историко-культурным наследием, традициями гостеприимства [2].



*Рисунок 2. Социально – значимые преимущества развития агротуризма в регионе*



Область расположена в бассейне среднего течения Северского Донца и граничит с достаточно развитыми областями: на западе Украины – Донецкой и Харьковской, на северо-востоке и востоке – с тремя областями Российской Федерации – Белгородской, Воронежской и Ростовской.

Луганский регион имеет глубокую и трагическую историю – первые памятники относятся еще к палеолитовому времени. Земли здесь осваивались кочующими племенами, но после татаро-монгольского нашествия территория долгое время вообще не заселялась или была в отдельных районах малозаселенной. В народе эту землю называли «Диким полем». Мощное заселение началось в период освободительной войны под предводительством Богдана Хмельницкого. Его казаки здесь создавали свои зимние таборы, а рядом с ними крестьяне из других регионов России и Украины строили для себя деревни.

В 18-19 веках регион развивается как промышленный центр по добыче каменного угля, выплавке чугуна и строительству паровозов, а к концу 19-го столетия он уже известен своими эмалевальными, спиртоочистительными, пивоваренными, кожевенными и другими заводами.

В 21-м веке Луганская область превращается в мощный регион с развитой добывающей, производственной и торговой инфраструктурой. Именно концентрация производства и урбанизация вызывают у человека как дитя природы потребность проводить отдых в малоизмененной природной среде. Для эффективного развития агротуризма в Луганском регионе полезно ознакомиться с аналогичным опытом в соседних государствах.

Так, в Российской Федерации первой переняла это туристическое направление Кубань. Там по итальянскому образцу создаются сети агротуристских комплексов, использующие колорит местной казачьей культуры. Происходит возрождение старинных традиционных ремесел, производятся реконструкции ранних форм земледелия и виноделия. Кроме Кубани, развитием сельского туризма занимаются старинные провинциальные русские городки, расположенные в глубинке. В основном такие туры предлагают русскую баню и русскую охоту с проживанием в сельской местности.

Суздаль уже несколько лет предлагает туристические экскурсии именно сельского направления. Главная цель этих экскурсий – дать возможность ее участникам в полной мере отдохнуть от цивилизации.

В Калининградской области РФ разработана специальная классификация сельских гостиничных домиков, которая предусматривает присвоение специальных знаков – в форме стилизованных журавликов. Птички выдаются в соответствии с уровнем комфорта проживания и диапазона предоставляемых услуг. В настоящее время уже функционирует 32 сельских гостиничных домика, которые принимают туристические группы для отдыха на природе. Интересно развивается сельский туризм в

окрестностях самого Калининграда: ушедшим в отставку военнотружущим была предоставлена возможность получить специальное образование, чтобы развивать эту отрасль туризма в области. Были выкуплены бывшие немецкие особняки в нескольких селах, и в настоящее время, уже 50 хозяйств могут принимать у себя туристов, интересующихся проведением отпуска на природе, вдали от цивилизации.

В Калуге сельский туризм реализуется на территории парка «Угра». Интерес к проекту проявили 40 сельских семей из близ расположенных к парку населенных пунктов. Специалистами была проведена оценка эффективности сельского туризма в области, сформирован турпродукт, оформлен буклет с фотографиями сельских домиков и перечнем оказываемых услуг.

К новым направлениям в сельском туризме следует отнести и Фестиваль Можайского молока, включающий в себя многодневную экскурсию на ферму с возможностью пожить в сельской местности, порыбачить, погулять по лесу и просто подышать свежим воздухом.

Еще один совершенно новый по типу проект «Остров Ковчег» трудно отнести к какому-либо туристическому направлению. Все-таки он имеет отношение к сельскому туризму, так как предлагает желающим отдалиться от цивилизации. Под Саратовом предпринимателями выкуплен небольшой островок, где туристам предлагаются проживание в срубных домах, охота, рыбалка, сбор грибов, прогулки по сосновому лесу, верховая езда, катание на катерах и лодках, бильярд, теннис, плавание с аквалангом, русская баня и многое другое.

Возможно, со временем аналогичные предложения и будут пользоваться наибольшим спросом в Луганской Народной Республике. Но, в настоящее время, на фоне общего роста спроса на туристические услуги, отчетливо проявляется несоответствие существующего туристического продукта и современных требований туристов, отсутствие консолидации органов власти, администрации региона и бизнес-сообщества с целью создания продукта, который удовлетворит граждан республики и зарубежных туристов. Необходимо уже сегодня планировать к реализации инвестиционные проекты в сфере аграрного туризма с организацией отдельных объектов аграрного туризма на базе крестьянских (фермерских) хозяйств. Таким образом, увеличение количества объектов аграрного туризма позволит принимать большее количество туристов и увеличит отчисления в местный бюджет. В таблице 1 обобщены выявленные проблемы развития агротуристического бизнеса в Луганском регионе и распределяющие их по уровням решения.

Таблица 1.

## Уровни решения проблем в агротуристическом бизнесе

Уровень	Варианты решения проблем в агротуристическом бизнесе
Муниципальный (городской)	Помощь в решении организационных и кадровых проблем, приобретение земельного участка
Районный	Льготное субсидирование и кредитование, обеспечение кадрами и информацией, строительство дорог, увеличение потока туристов, «привлечение иностранных рабочих предприятий для проведения отдыха выходного дня», электрификация и водоснабжение объектов агротуризма.
Республиканский	Совершенствование законодательства по налогам, «политическая ориентированность на внутренний агротуризм».

Наряду с решением таких проблем как совершенствование управления туристической отраслью и развитие информационных технологий, формирующих туристическую политику, безусловным стратегическим приоритетом для республики является всесторонняя подготовка кадров для туристической отрасли. Очевидна целесообразность разработки и реализации программы проведения курсов повышения квалификации по профилю «Агротуризм» на базе ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко» для субъектов аграрного туризма региона с выдачей свидетельства о повышении квалификации государственного образца. Слушатели курсов повышения квалификации должны обеспечиваться информационными и учебными материалами на бумажных и электронных носителях. Но главное — общение заинтересованных в развитии агротуристического бизнеса в республике людей, обмен мнениями, формулирование «древа проблем» и мер, необходимых для нейтрализации имеющихся недостатков [3, с. 22].

Таким образом, основными проблемами развития агротуризма в Луганском регионе настоящий момент следует считать отсутствие соответствующей законодательной базы для его проведения, плохую налаженность информирования сельского населения о преимуществах агротуризма и низкую деловую активность наших республиканских туристических субъектов предпринимательской деятельности. Тем не менее от этого совершенного нового направления в отечественном туризме специалисты ожидают значительный экономический и социальный эффект уже в скором времени.

## Литература

- 1. Крутиков В.К.** Инновации в развитии индустрии туризма региона / В.К. Крутиков, В. Гворыс, Т. В. Дорожкина, Ю. В. Зайцев; Изд. 2-е, доп. – Калуга: ЗАО «Прайт-К», 2013. – 236 с. **2. Рекреационно-туристическая характеристика Луганской области.** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.votpusk.ru/country/kurort.asp?CN=UA2&CT=UA72#ixzz4d4slKgc9/> – Заголовок с экрана. – Дата обращения: 31.03.2017. **3. Крутиков В.К.** Региональная инвестиционная политика: проблемы и перспективы / В.К. Крутиков, В.Н. Круглов. — Калуга: Издательство «Эйдос», 2009. – 301 с.

### ***Карпов В.В. Позитивний вплив агротуризму на розвиток регіону.***

*У статті узагальнено досвід розвитку сільського туризму (агротуризму) у Російській Федерації. Визначено основні цілі та головні завдання агротуризму як способу поліпшення економічного стану віддалених територій. Висвітлено соціально – значущі переваги та узагальнено виявлені проблеми розвитку агротуристичного бізнесу у Луганському регіоні.*

**Ключові слова:** сільський туризм, агротуристичний бізнес, підйом рівня життя, соціально-значущі переваги.

### ***V. Karpov Positive influence of agrotourism on development of the region.***

*In article experience of development of village tourism (agrotourism) in the Russian Federation is generalized. Main objectives and the main tasks of agrotourism as way of improvement of an economic condition of the remote territories are defined. Are lit socially – significant advantages and are generalized the revealed problems of development of agrotravel business in the Luhansk region.*

**Key words:** village tourism, agrotravel business, rise in the standard of living, socially important advantages.

*Коджабашиян Ариадна Суриковна,  
ассистент кафедры географии  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[ariadna1405@mail.ru](mailto:ariadna1405@mail.ru)*

## **КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ ЕВРОПЕЙСКОГО СЕВЕРА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ**

*В статье раскрыта роль объектов культурного наследия Европейского Севера Российской Федерации для развития историко-культурного туризма. Дана количественная характеристика объектов культурного наследия Европейского Севера России. Обозначены региональные особенности расположения объектов культурного наследия по административным единицам исследуемого региона.*

**Ключевые слова:** культурное наследие, историко-культурный туризм, Европейский Север, Российская Федерация.

Важным условием развития туристской деятельности, особенно историко-культурной направленности, большое значение имеет изучение культурного наследия того или иного региона. Проблема наследия в силу его важной роли в сохранении культурного разнообразия, а, следовательно, устойчивого развития современного общества, весьма актуальна.

В последние десятилетия в России остро стоит вопрос сохранения объектов культурного наследия. Одним из регионов, обладающих богатым историко-культурным потенциалом, является крупнейший по площади район европейской части России – Европейский Север. Как целостное явление российской культуры Европейский Север является особым регионом российского культурного наследия и уникальным памятником мировой культуры. В связи с этим, Европейский Север является одним из перспективных туристских регионов в Российской Федерации.

Изучению общей проблематики состояния объектов культурного наследия России посвящены обобщающие труды и монографические исследования известных российских ученых: К. Головкин, Ю. Веденин, Н. Воронин, Ю. Жуков, Д. Лихачев, А. Любичанковский и др. Проблемам использования памятников культуры в современных условиях посвящены работы А. Алешина, А. Мартынова, В. Максаковского и др. Проблемы научного обоснования феномена Всемирного наследия и их туристского использования нашли отражение в трудах таких российских и зарубежных исследователей, как И. Бутенко, В. Голубева, Е. Евдокимова, А. Ельчанинов, Г. Зайцева, Д. Замятина, Ю. Веденина, В. Голенко,

Т. Канищева, О. Климанова, А. Клюкина, Д. Лихачева, П. Дж. Ларкхэма, Г. Ричардса, М. Робинсона, Г. Дж. Эшворта и др.

Историко-культурные аспекты исследования культурного наследия Европейского севера России нашли отражения в работах Ю. Веденина, А. Дружинина, Д. Лихачева, А. Пермиловской, В. Сарабьянова, Э. Грушенко, А. Хропова, Е. Селезневой и др. Однако, данные работы носят фрагментарный характер в контексте полноценного исследования. В виду этого представляется актуальным комплексное рассмотрение географических особенностей и рассмотрение проблем сохранения объектов культурного наследия Европейского Севера Российской Федерации.

На современном этапе развития туризма наблюдается изменение главных мотивирующих факторов, влияющих на выбор места отдыха. Например, наличие комфортных природно-климатических условий уже не является обязательным. Акцентируя внимание именно на ценности «некомфортных» условий, можно констатировать формирование в XXI ст. нового направления развития туризма – туризм на северных территориях, которые априори считаются дискомфортными, экстремальными для проживания человека, требуют мобилизации физических и духовных сил для преодоления суровых климатических условий [3, с. 66].

Европейский (Русский) Север как целостный феномен представляет особую часть российского социокультурного пространства. Здесь сохранились практически в первозданном состоянии многие материальные и духовные памятники истории и культуры России, ценные природные и культурные объекты, в том числе включенные в список объектов Всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО [2, с. 26]. Ученый Д. С. Лихачев отмечал: «Русский Север» – это огромный, раскинувшийся на тысячи квадратных километров музей, причем с большим запасом невыявленных и неисследованных экспонатов... Необходимо сделать все возможное, чтобы сохранить Север как единое целое» [7, с. 119].

Европейский Север занимает одно из самых выгодных положений с точки зрения развития туризма. Регион обладает уникальным сочетанием природно-рекреационных условий и крупнейшими объектами культурного наследия. На территории Севера расположено 22 исторических города, 8 национальных и природных парков, четыре музея-заповедника всемирного значения. Русский Север – памятник мировой культуры, здесь представлены культуры различных народов и этнографических групп, что предопределяет широкие возможности для развития этнографического туризма.

На современном этапе наиболее эффективно и динамично туризм на Северо-Западе России развивается в Республике Карелия, ставшей настоящим «евротуристическим регионом». По темпам роста туризма другие регионы отстают от Карелии в несколько раз. По оценкам

российских специалистов общая емкость рекреационно-познавательных ресурсов Европейского Севера России составляет 8,1 млн. человек в год [4, с. 50].

Согласно данным информационно-справочного ресурса «Единый государственный реестр объектов культурного наследия» Министерства культуры Российской Федерации [5] на 2017 год зарегистрировано 35547 объектов культурного наследия, из них Европейский Север включает 4287 объектов культурного наследия (12 % от общего количества зарегистрированных объектов культурного наследия РФ), из которых 1714 – федерального, 2565 – регионального, 5 – муниципального значения (Рисунок 1).

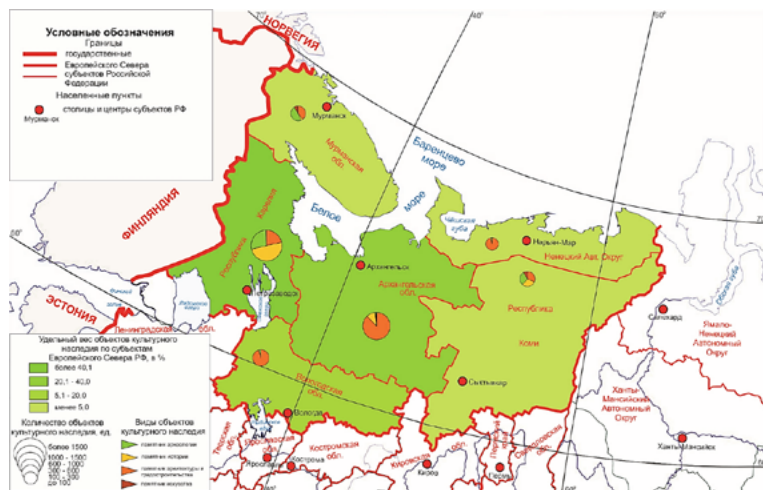


Рисунок 1 – Объекты культурного наследия Европейского Севера Российской Федерации (составлено автором по данным [5])

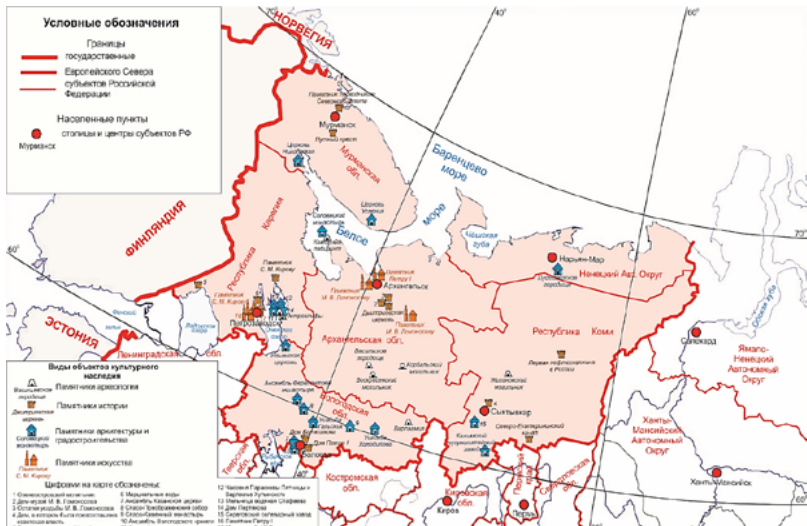
Анализируя картосхему, можно прийти к выводу, что наибольшее количество объектов культурного наследия Европейского Севера РФ расположено в Республике Карелия (1962). В Архангельской области – 1397 объектов, в Вологодской области – 572, в Республике Коми – 225, в Мурманской области – 101. Наименьшее количество объектов находятся в Ненецком Автономном Округе – 30.

**В соответствии с иерархией организации общества, в зависимости от категорий историко-культурного значения, объекты наследия Российской Федерации подразделяют на:** объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО, объекты культурного наследия федерального значения, объекты культурного наследия регионального значения;

объекты культурного наследия местного (муниципального) значения [1].

**По типам объекты материального культурного наследия подразделяются на памятники, ансамбли, достопримечательные места.** По видам объекты материального культурного наследия классифицируются на: памятники археологии, истории, архитектуры и градостроительства, искусства.

На территории Европейского Севера расположены 1198 археологических памятников разных эпох, все объекты имеют федеральное значение [5]. Среди них следует отметить такие, как: Оленеостровский могильник в Республике Карелия; Васильевское городище и Каменный лабиринт в Архангельской области; Могильник «Жигановский» в Республике Коми; Старое городище «Варлаамия» в Вологодской области (рисунок 2).



*Рисунок 2 – Объекты культурного наследия (по видам) Европейского Севера Российской Федерации (составлено автором)*

Европейский Север обладает множеством исторических памятников, привлекающие сюда туристов. Среди них: Дмитриевская церковь и Дом-музей М. В. Ломоносова в Архангельской области; Памятник героям-подводникам Северного флота, павшим в борьбе с немецкими захватчиками в Мурманской области; Дом, в котором в январе 1918 г. была провозглашена советская власть в Республике Коми.

Среди регионов Европейского Севера наибольшим количеством памятников истории выделяется Республика Карелия. На ее территории



находится 545 объектов, в том числе 4 федерального значения. Значимым объектом истории здесь является Первый русский курорт «Марциальные воды».

Поселения Русского Севера хранят уникальный исторический и познавательный потенциал, имеют возможности музейного и туристского развития, востребованные как внутри страны, так и за рубежом.

Исследуемый регион богат памятниками архитектуры и градостроительства. Они разбросаны по всей территории Европейского Севера и в основном датируются XVI – XIX вв.

Деревянная архитектура Русского Севера фактически является вершиной мирового деревянного зодчества. Непревзойденными мировыми шедеврами являются деревянные церкви в Кижях, Кондопоге и архангельских деревнях. Не менее важно подчеркнуть многообразие проявлений деревянного зодчества: это и множество неповторимых церквей, монастырей и часовен; своеобразие северных деревень с их особой планировкой и архитектурой жилых помещений и хозяйственных построек; деревянную застройку исторических центров старых северных городов (как бывших губернских столиц – Архангельск, Вологда, так и малых городских поселений). Не только шедевры северных деревянных церковных построек, но именно общее богатство и разнообразие деревянной архитектуры составляет неповторимую особенность Русского Севера [6].

На территории Европейского Севера расположено 2239 памятников архитектуры и градостроительства, что составляет почти 50% всех объектов культурного наследия региона. Большинство объектов относится к региональному значению, их число составляет 1841 объектов, среди которых 493 имеют федеральное значение, что составляет 21% от общего количества памятников архитектуры и градостроительства.

Из 28 объектов Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО РФ 3 расположены на территории Европейского Севера. Это Спасо-Преображенский (Соловецкий) монастырь в Архангельской области; Ансамбль Ферапонтова монастыря – в Вологодской; Кижский погост – в Республике Карелия. В последние десятилетия эти объекты культурного наследия стали наиболее посещаемыми туристами памятниками.

В памятниках искусства увековечены исторические события и выдающиеся люди прошлого, образы родной природы, лики городов и сел, неузнаваемо изменившихся в последующие времена.

На территории Европейского Севера по данным Реестра зарегистрировано 53 памятника искусства (8% от общего числа памятников искусства России), из которых 10 относится к объектам федерального значения. На территории исследуемого региона памятники искусства федерального значения представлены в Республике Карелия и Архангельской области. На территории Карелии расположено 18

памятников искусства, из которых 5 относятся к объектам федерального значения.

В целом наибольшим количеством объектов культурного наследия отличается Республика Карелия и Архангельская область. Наименьшее количество объектов культурного наследия Европейского Севера по всем представленным видам приходится на территорию Ненецкого Автономного Округа. Наибольшей группой объектов культурного наследия являются памятники архитектуры и градостроительства, половина из которых расположены на территории Архангельской области. Памятники археологии и истории в основном представлены в Республике Карелия. Наименьшей группой объектов культурного наследия являются памятники истории, расположенные в основном в Республиках Карелия и Коми.

Европейский Север исключительно богат культурно-историческими объектами, способными удовлетворить самые разнообразные интересы туристов. Однако в связи с уязвимостью неповторимого аутентичного наследия Русского Севера диктует необходимость принятия неотложных мер по его сохранению. Среди них:

- необходимо разработать систему мер по сохранению историко-культурного наследия Европейского Севера России как единого целого, а не отдельных памятников, их ансамблей или населенных пунктов;
- актуальным является сохранение наследия не только в музеефицированной форме или в виде фиксации явлений народной культуры, но и сохранение живой культурной традиции и естественной культурно-ландшафтной среды;
- следует решать проблемы сохранения территорий наследия и достопримечательных мест, таких как исторические города, монастырские комплексы, исторические сельские поселения с их ландшафтным окружением, среда бытования живой традиционной культуры.

В рамках исследования культурного наследия региона с 28 июня по 16 июля 2010 г. проходила экспедиция по гранту Русского географического общества, цель которой заключалась в исследовании современного состояния историко-географических памятников Европейского Севера России.

Согласно данным результатов экспедиции в Президиум Русского географического общества представлен научный отчет, включающий оценку современного состояния природных и культурно-исторических объектов Онежского и Ладожского озер, Белого моря. Исследования по гранту Русского географического общества показали, что современное состояние практически всех изученных памятников Европейского Севера России требует введения дополнительных охранных и восс-

тановительных мероприятий, поскольку существующие статусы не в полной мере отвечают требованиям или не соблюдаются населением, а в ряде случаев и ответственными за это организациями [8].

На основании вышеизложенного, Европейский Север России можно назвать зарождающимся перспективным туристским центром, обладающим богатейшим историко-культурным потенциалом.

Таким образом, комплексная оценка историко-культурного потенциала регионов, включающая в себя интегральную оценку материального историко-культурного наследия, эстетической привлекательности территории, а также обеспеченности учреждениями культуры, дополненная анализом состояния туристской инфраструктуры территории, является необходимым элементом формирования благоприятного туристского региона.

### Литература

- 1. Федеральный закон от 25.06.2002 г. № 73-ФЗ** (ред. от 07.03.2017 г.) «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.gov.ru>
- 2. Веденин Ю.А.** Концептуальные положения формирования государственной целевой программы «Культура русского Севера» / Ю.А. Веденин, Т.М. Гудима, П.М. Шульгин // Наследие и современность: информ. сборник. Вып. 12. – М., 2004. – С. 22–30.
- 3. Винокурова Т.Г.** Формирование информационного туристского потенциала северных территорий России / Т.Г. Винокурова // Изв. Иркут. гос. экон. акад. (Байкал. гос. ун-т экономики и права). – 2010. – № 2. – С. 66–70.
- 4. Грушенко Э.Б.** Культурное и природное наследие как основа для развития экологического и этнографического туризма на Европейском Севере России / Э.Б. Грушенко // Арктика и Север. – 2013. – № 10. – С. 48–51.
- 5.** Единый государственный реестр объектов культурного наследия [Электронный ресурс] / Портал открытых данных Министерства культуры Российской Федерации. – Режим доступа: <http://opendata.mkrf.ru/opendata>
- 6.** Концептуальные положения программы «Культура Русского Севера» [Электронный ресурс] / Министерство культуры Российской Федерации. – 2003. – Режим доступа: [www.culture29.ru/upload/medialibrary/d222fc9f2e873832fec12419f512447b.pdf](http://www.culture29.ru/upload/medialibrary/d222fc9f2e873832fec12419f512447b.pdf)
- 7. Лихачёв Д.С.** Русский Север как памятник отечественной и мировой культуры / Д.С. Лихачёв, В.Л. Янин // Коммунист. – 1986. – № 1. – С. 115 – 119.
- 8.** Экспедиция «Историко-географические памятники Европейского Севера России» [Электронный ресурс] / М.С. Богданова, И.Ю. Георгиевский, С.П. Гриппа и др. // Труды Карельского научного центра Российской академии наук. – 2011. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekspeditsiya-istoriko-geograficheskie-pamyatniki-evropeyskogo-severa-rossii>

**Коджабашиян А.С. Культурна спадщина Європейської Півночі Російської Федерації як основа розвитку історико-культурного туризму в регіоні.**

*У статті розкрито роль об'єктів культурної спадщини Європейської Півночі Російської Федерації для розвитку історико-культурного туризму. Дана кількісна характеристика об'єктів культурної спадщини Європейської Півночі Росії. Визначені регіональні особливості розташування об'єктів культурної спадщини за адміністративними одиницями досліджуваного регіону.*

**Ключові слова:** культурна спадщина, історико-культурний туризм, Європейська Північ, Російська Федерація.

**A. Kodzhabashyan The cultural heritage of the European North of the Russian Federation as the basis of development historical and cultural tourism in the region.**

*The article reveals the role of cultural heritage sites of the European North for the development of historical and cultural tourism. The quantitative characteristic of objects of cultural heritage of the European North of Russia is given. The regional features of the location of cultural heritage objects on the administrative units of the study region.*

**Key words:** cultural heritage, historical and cultural tourism, European North, Russian Federation.

УДК 338.48

**Лакербая Кристина Анзоровна,**  
старший преподаватель кафедры география  
Абхазского государственного университета  
[kristiti2007@mail.ru](mailto:kristiti2007@mail.ru)

## **МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТСКОЙ СФЕРЫ РЕСПУБЛИКИ АБХАЗИЯ**

*Статья посвящена росту туристического продукта, эффективному развитию туризма и рекреации в Абхазии, механизму развития туристской сферы.*

**Ключевые слова:** туристический продукт, туристская сфера, выездной туризм, турпоток, рекреационно-туристская сфера.

Обеспечение эффективного развития сферы рекреации и туризма является одной из важнейших задач для Республики Абхазия, которая все больше позиционируется в качестве наиболее близкого и привлекательного для граждан России зарубежного морского курорта.

По данным Ассоциации туроператоров России (АТОР), в 2016 г. Республика Абхазия вошла в топ – 10 популярных направлений отдыха у российских туристов и заняла 4 место в рейтинге популярных туристических направлений [1].

Кроме того, среди наиболее популярных у россиян направлений выездного туризма, Абхазия заняла 6 позицию, уступив лишь Кипру, Греции, Тунису, Таиланду и Болгарии [6].

На фоне негативной динамики турпотока на зарубежных направлениях сохраняющейся уже третий год и сократившейся по данным Росстата в 2016 году на 22% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, количество туристов, приехавших в Абхазию, превысило прошлогодние показатели. По данным АТОР туристский поток из России в Абхазию в сезоне 2016 г. увеличился на 20%, а глубина продаж туров составляла от 1 недели до полугода.

Для эффективного функционирования рекреационно-туристской сферы Республики Абхазия в условиях конкуренции необходимо обеспечить создание новых привлекательных туристских продуктов и их продвижение на внутреннем рынке РФ, формирование предпочтений для национального турбизнеса, налаживание системной работы по улучшению качества обслуживания туристов, развитию инфраструктуры мест отдыха и объектов показа.

Проведенный нами в августе-сентябре 2016 года опрос группы экспертов из числа представителей органов власти различных уровней и руководителей предприятий турбизнеса позволил выявить ряд ключевых барьеров, сдерживающих развитие сферы туризма и рекреации в Республике Абхазия. В обобщенном виде высказанные экспертами суждения, дифференцированные по направлениям, представлены в таблице 1.

Как видно из таблицы 1, число таких барьеров достаточно велико и охватывает практически все составляющие турбизнеса. В преодолении данных барьеров, львиная доля которых носит институциональный характер, безусловно, велика роль органов государственной власти Республики Абхазия, которая должна состоять в создании благоприятного климата для инновационной деятельности предприятий туристической и в содействии использованию новых знаний и технологий для обеспечения комплексного развития республиканской рекреационно-туристской сферы.

Данная задача приобретает особую актуальность в связи с ограниченными возможностями финансирования из государственного бюджета Республики Абхазия программ развития сферы рекреации и туризма. Так из расходов республиканского бюджета на 2016 г., запланированных в сумме 11,528 млрд. руб., на национальную экономику направлено 5,347 млрд. руб., в том числе на курорты и туризм – 12,98 млн. руб., что составляет всего 0,11 % от расходной части бюджета РА [7].

Таблица 1.

Ключевые барьеры для развития рекреационно-туристской сферы  
Республики Абхазия

Транспортная доступность	Размещение туристов	Турпродукт	Продвижение турпродукта
<p>Пограничный пункт «Псоу» в летний сезон работает со значительной нагрузкой, что приводит к многочасовым пробкам на границе;</p> <p>Не функционирует собственный аэропорт, а жд сообщение с Адлером редкое и не скоростное.</p>	<p>Качество номеров не предсказуемо, при выборе сложно сравнить друг с другом различные опции;</p> <p>Дефицит качественных коллективных средств размещения, соответствующих категории 3-4 *</p>	<p>Не развиваются новые виды туризма при наличии природных ресурсов.</p>	<p>Отсутствует маркетинговая стратегия, а также общенациональный бренд, отражающий уникальность РА для фокусировки маркетинговых усилий;</p> <p>Низкая вовлеченность КСР в онлайн бронирование.</p>
Персонал сферы туризма и рекреации	Общая инфраструктура мест отдыха	Бизнес-климат	Нормативно-правовая база
Острый дефицит алифицированного персонала.	<p>Сильный износ мощностей инженерной инфра-структуры;</p> <p>Отсутствие актуальных генеральных планов большинства рекреационных территорий;</p> <p>Пляжи находятся в запущенном состоянии,</p>	<p>Низкая доступность кредитных ресурсов, затруднено регулирование операций с коммерческой недвижимостью</p> <p>Недостаточная степень регулирования деятельности юридических и частных лиц;</p>	<p>Отсутствует нормативная база по регулированию процесса сертификации средств размещения;</p> <p>Сложное налоговое администрирование туристской сферы.</p>

В рамках целевой программы «Развитие туризма в Республике Абхазия на 2016 год» утвержденной постановлением Кабинетом Министров РА № 2 от 28.01.2016 г. из республиканского бюджета выделено всего 4 млн. руб. [5]. Программа предусматривает строительство туристско-информационного центра на границе Российской Федерации и Республики Абхазия и организацию серии мероприятий по подготовке кадров для сферы туризма. При этом привлечения средств из внебюджетных источников не планируется.

В то же время, власти соседнего Сочи, собираются направить на развитие курортно-туристской сферы 47,3 млн. руб. Эти средства будут выделены в рамках муниципальной программы «Развитие санаторно-курортной отрасли». Программа рассчитана на период 2016-2021 гг. с общим объемом финансирования 267,6 млн. руб., из которых 147,5 млн. руб. приходится на бюджет города-курорта, а еще 120 млн. руб. – на внебюджетные источники. В рамках программы планируется ряд мероприятий по благоустройству объектов туристской инфраструктуры, продвижению туристических продуктов курорта на мировом и внутреннем туристских рынках и т.д. [4].

Анализ сложившихся подходов к ведению дел в сфере рекреации и туризма Республики Абхазия, позволил сделать вывод об их архаичности и не соответствии особенностям процессов, происходящих на туристском рынке России, как страны рассматриваемой в качестве основного донора туристов. Причем эта архаичность затрагивает все сегменты и уровни управления абхазской республиканской туристской сферой – начиная от определения численности туристов, посещающих Абхазию, и заканчивая мерами по повышению вклада предприятий туристической индустрии в формирование республиканского бюджета.

Так, в частности, абхазские власти включают в туристскую статистику всех граждан, пересекающих границу, а это и отдыхающие из Сочи, приезжающие на однодневную экскурсию на озеро Рица и в Новый Афон, а также местное население.

Выход на лидирующие позиции сегмента самостоятельного туризма с размещением туристов на базе индивидуальных средств размещения (ИСР), демонстрирующего наиболее впечатляющую динамику развития, не сопровождается ростом поступлений в бюджет и улучшениями в развитии инфраструктуры мест отдыха.

По экспертным оценкам общая коечная емкость ИСР в Республике Абхазия по состоянию на 01.01.2017 г. насчитывает 18 тыс. мест. Численность неорганизованных туристов, под которыми мы понимаем лиц, воспользовавшихся услугами ИСР, таких как «мини-гостиницы», квартиры, частные дома, включая отдыхающих у родственников или знакомых, в 2016 г. составила, по оценке Министерства по курортам и туризму Республики Абхазия 435 тыс. человек. При этом наибольшая

доля самостоятельных туристов, размещающихся на базе ИСР, приходится на наиболее развитые в туристском отношении Гагрский и Гудаутский районы республики.

Анализ динамики численности самостоятельных туристов свидетельствует о достаточно стабильном спросе в сегменте ИСР, что свидетельствует не только о растущей популярности данного вида организации отдыха, но и выходе его на лидирующие позиции в структуре туристского потока в Абхазию.

Спрос на услуги ИСР вырос благодаря появлению в России нового типа туриста. Такой гость выбирает индивидуальный подход и домашнюю атмосферу за относительно небольшие деньги. Кроме того, на курортах Абхазии ощущается явный дефицит качественных гостиниц соответствующих категории «три звезды» по доступной цене, что также компенсируют мини-отели и небольшие гостевые дома, как правило, функционирующие на базе домохозяйств.

Наше исследование показало, что уже сегодня численность туристов выбирающих для размещения ИСР почти в 2,2 раза превышает таковую в сегменте КСР.

В тоже время, подавляющее большинство ИСР находятся в тени. Их невозможно проверить. Налоги они либо не уплачивают вообще, или платят в заявительной форме не зависимо от числа принятых гостей. При этом количество «прозрачных» и «серых» ИСР отличается в разы. По этой причине вклад сферы туризма и рекреации в валовой республиканский продукт и «бюджетный пирог» не впечатляет, поскольку он формируется за счет отчислений только официально функционирующих КСР, которые дают 80 % поступлений в бюджет от сферы туризма.

На протяжении многих лет, даже на территориях наиболее популярных среди туристов Гагрского и Гудаутского районов, не решаются вопросы создания общественных объединений предпринимателей занятых в туриндустрии с целью совершенствования инфраструктуры мест отдыха и повышения уровня обслуживания гостей, формирования событийного календаря, реализации «бонусных» программ в торгово-сервисных предприятиях с использованием единой дисконтной карты. Все это приводит к тому, что как показывают опросы более половины туристов, посетивших, в частности, в 2015 г. курорт Пицунда увезли обратно часть средств, предназначенных для отдыха и развлечений [9].

О каком росте совокупного экономического эффекта от туризма в целом по Республике Абхазия может идти речь, когда даже в наиболее развитом и популярном туристском регионе, каким является курорт Пицунда, фиксируется подобная картина!?

На этом фоне представляется необходимым разработка и внедрение в практику организационно-экономических механизмов, направленных на обеспечение комплексного развития рекреационно-туристской сфе-



ры Республики Абхазия с целью ее поэтапного выведения на передовые позиции в структуре республиканской экономики.

Важнейшей особенностью сферы рекреации и туризма, как объекта управления, является то, что менеджеры туристского бизнеса должны считаться с тем, что эта сфера деятельности совершенно не похожа на другие. Поэтому механически переместить наработки или модели управления из других сфер экономической деятельности в сферу туризма невозможно. И если оправдавшая себя на практике модель управления (например, промышленным предприятием) дает необходимый эффект, то применение ее в туристской сфере может привести к деградации последней.

В связи с этим выделяются следующие черты, характерные для управления сферой рекреации и туризма [2]

- во-первых, при планировании туристской деятельности во главу угла должны ставиться нужды, потребности и желания конечных потребителей. С учетом этого и определяется сфера приложения труда любого туристского предприятия. Речь идет о том, удовлетворяет ли туристская фирма нужды промежуточных потребителей (посредников), или это может быть государственный заказ. В связи с этим дислокация туристского предприятия (в силу его тяготения к непосредственному конечному потребителю) определяется, с одной стороны, месторасположением основного контингента потребителей туристского продукта, а с другой – месторасположением рекреационных ресурсов;
- во-вторых, не первичность туристской услуги. Хотя в современном мире значение туризма как средства восстановления сил и здоровья огромно, туристский продукт не стал еще товаром первой необходимости и вряд ли станет им в ближайшей перспективе. Кроме того, на туристских услугах больше, чем на прочих платных услугах, сказывается изменение покупательской способности населения. На развитие туризма также сильно влияют политические и экологические явления;
- в-третьих, в туристской сфере гораздо большее значение имеет маркетинг. Это связано с тем, что продавец туристской услуги, не имея возможности представить ее образец-эталон (как это практикуется при реализации товаров), должен найти аргументы в пользу своего товара – услуги, а это можно сделать только при хорошо налаженной системе маркетинга. Кроме того, в связи с непостоянством качества услуги, субъективизмом в ее оценке возникает необходимость ее постоянного контроля, т. е. эта функция менеджмента приобретает особую значимость. Одна и та же туристская поездка может быть по-разному оценена двумя разными людьми, что иногда вызывает недоразумения во взаимоотношениях

между туристской фирмой и клиентами. В этой связи менеджмент туризма должен быть сосредоточен в направлении создания системы сбора, обработки и распространения информации (СОРИ);

- в-четвертых, туристская услуга уникальна, повторить ее во всех аспектах не возможно. Различаются, как маршруты поездки, так и условия обслуживания, стоимость и т. д. Даже два тура по одному и тому же маршруту у одной и той же турфирмы часто проходят по-разному.

Являясь сложно устроенной социально-экономической системой, сфера туризма подвержена влиянию многочисленных факторов. Однако основное влияние на ее эффективное функционирование, прежде всего, оказывают уровень развития туристской индустрии и разработка туристской политики.

Также, представляется необходимым начать формирование системы предоставления скидок на услуги торгово-сервисных предприятий с использованием единой дисконтной карты, которая может выдаваться всем туристам, посещающим Абхазию независимо от выбора ими типа средства размещения непосредственно в момент пересечения границы. Эмитентом такой карты могла бы выступить Гильдия отельеров Абхазии, учрежденная 24.06.2016 г. Одной из основных задач Гильдии является координация усилий власти и турбизнеса по реализации проектов, направленных на развитие сферы туризма и повышение эффективности функционирования рекреационно-туристской сферы Республики Абхазия [8].

Кроме того, Торгово-промышленной палатой Абхазии 30.11.2016 г. было образовано некоммерческое партнерство (НК) «Абхазский союз туризма». Союз представляет собой некоммерческую организацию, объединяющую туроператоров, турагентства, объекты туристического назначения с целью защиты интересов предпринимателей и юридических лиц, задействованных в этой сфере и прав потребителей, а также привлечения инвестиций и поиск деловых партнеров.

Деятельность организации будет направлена на создание благоприятных условий для всестороннего развития туризма в Абхазии [3]. НК «Абхазский союз туризма» также может подключиться к координации работы по формированию системы предоставления скидок на услуги торгово-сервисных предприятий в зонах высокой туристической активности с использованием единой дисконтной карты

С учетом изложенного к числу организационно-экономических механизмов развития сферы рекреации и туризма Республики Абхазия предлагается отнести:

- легализацию средств размещения путем создания автоматизированной информационной системы учета туристического потока в Абхазию и обеспечения персонализированного учета домохозяйств осуществляющих сдачу жилья туристам;

- внедрение патентной системы налогообложения домохозяйств осуществляющих сдачу жилья туристам с предоставлением льготного тарифа на оплату потребленной электроэнергии;
- формирование системы скидок на услуги торгово-сервисных предприятий на основе использования единой дисконтной карты с имплементацией технологий стимулирования потребления туристов и совершенствования уровня сервиса в зонах гостеприимства.

Практическая реализация данных механизмов позволит увеличить вклад рекреационно-туристской сферы Республики Абхазия в наполнение всех уровней бюджета и повышение качества жизни местного населения.

### Литература

**1. Абхазия** заняла 4 место в рейтинге популярных туристических направлений [Электронный ресурс] / – Режим доступа <http://apsny.ru/news/?ID=23726>. **2. Бабушкин Н.И.** Менеджмент туризма: учеб. 3-е изд., испр. / Н.И.Бабушкин – Минск: Новое знание, 2002. – 408 с. **3. Басария Д.В.** В конференц-зале отеля «Атриум Виктория» состоялась презентация некоммерческого партнерства «Абхазский союз туризма» [Электронный ресурс] / Д.Басария. Режим доступа <http://www.apsny.ru/news/?ID=25792>. **4. Власти Сочи** в 2016 году ожидают турпоток на уровне текущего года [Электронный ресурс]/–Режим доступа: <http://news.allcrimea.net/news/2015/12/12/vvesti-patenty-na-sdachu-zhilya-k-sezonu-2016-goda-mogut-ne-uspet-50509/>. **5. Кабин** утвердил программу «Развитие туризма в Республике Абхазия на 2016 год [Электронный ресурс]/– Режим доступа: URL:<http://kabmin-utverdil-programmu-razvitie-turizma-v-respublike-abkhaziya-na-2016-god/>. **6. Опубликован** список стран заменивших россиянам Турцию и Египет [Электронный ресурс]/– Режим доступа: <http://www.yugopolis.ru/news/opublikovan-spisok-stran-zamenivshih-rossiyanam-turciyu-i-egipet-93404>. **7. Расходы** республиканского бюджета на 2016 год составят 11,528 млрд. рублей [Электронный ресурс] / – Режим:<http://byudzheta-na-2016-god-sostavyat-11-528-mlrd-rublej>. **8. Сегодня** в Сухуме была создана Гильдия отельеров Абхазии [Электронный ресурс]/ – Режим доступа: <http://apsny.ru/news/?ID=22977>. **9. Цулая И.В.** Анализ туристского рынка г. Пицунды Республики Абхазия в 2015 году/И.В. Цулая, М.О. Кучер, Д.В. Максимов//Вестник национальной академии туризма. – 2015. – № 4(36). – С. 36-39.

**Лакербая К.А.** Механізми розвитку рекреаційно-туристичної сфери Республіки Абхазія

*Стаття присвячена зростанню туристичного продукту, ефективного розвитку туризму і рекреації в Абхазії, механізму розвитку туристичної сфери.*

**Ключові слова:** туристичний продукт, туристська сфера, виїзний туризм, турпотік, рекреаційно-туристична сфера.

**K. Lakerbaya Mechanisms of recreation and tourism development of the Republic of Abkhazia**

*The article is devoted to the growth of the tourist product, the effective development of tourism and recreation in Abkhazia, the mechanism of tourism development.*

**Key words:** tourist product, tourism sphere, outbound tourism, tourist flow, recreation and tourism sphere.

УДК 338.48-2-053.2(477.61)

**Мальцева Лилия Витальевна,**  
старший преподаватель кафедры туризма,  
гостиничного и ресторанного дела  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[liliya55malceva@mail.ru](mailto:liliya55malceva@mail.ru)

**Кривегин Кирилл Анатольевич,**  
магистрант II курса,  
специальности «Туризм»,  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»

## **РАЗВИТИЕ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА В ЛУГАНСКОМ РЕГИОНЕ**

*В статье освещаются вопросы развития детского туризма в Луганском регионе. Особое внимание уделено нормативно-правовой и материальной базам детского туризма, рассмотрена структура учреждений, занимающихся организацией детского туризма, делается акцент на важности развития этого вида туризма.*

**Ключевые слова:** Луганский регион, туристская деятельность, детский туризм, нормативно-правовая база

Особое место среди существующих категорий туризма занимает детский туризм. Он ориентирован на социально важную категорию общества – подрастающее поколение и должен занять особенное место в туристской деятельности. Общество же заинтересованно в здоровом, как в физическом, так и моральном плане, поколении. Этого можно достичь, в том числе, и через привлечение школьной молодежи к туристским меро-

приятиям (турпоходам, слетам, экскурсиям, экспедициям, соревнованиям туристской направленности и др.). Такие мероприятия учат коллективизму, дружбе, самостоятельности, взаимопомощи, дисциплинированности и трудолюбию. Также туристские мероприятия способствуют формированию активной жизненной позиции детей, воспитанию нравственных качеств, закаливанию организма, развитию выносливости и других физических качеств. Детский туризм, интегрируя в себе все стороны воспитания (идейно-нравственное, трудовое, эстетическое и физическое), имеет и большое государственное значение.

Вопросы теории детского туризма, методики проведения туристских мероприятий и туристско-краеведческой работы в школе освещены в работах А.А. Остапца, В.И. Куриловой, Н.П. Крачило, К.В. Бардина и др. Вопросы же методики организации и проведения детских туристских мероприятий разных направлений в Луганском регионе не были предметом изучения. Учитывая это и то, что детский туризм ориентирован на социально важную категорию общества, от которой будет зависеть будущее нашего региона, тема, поднятая в статье, является актуальной.

Особенностью современного детского туризма, как и туризма в целом, в Луганском регионе, является его состояние «реанимирования». В сложных условиях экономической и политической блокады Донбасса идет постепенное восстановление утраченных позиций туризма и детского туризма, как его составляющей. Необходимо восстановить нормативно-правовую и материальную базы, а также профессиональные кадры детского туризма. Республиканскими и муниципальными органами управления, республиканскими и муниципальными образовательными учреждениями, в том числе учреждениями дополнительного образования, общественными объединениями делается много для развития детского туризма.

Одной из важнейших проблем развития детского туризма в Луганском регионе является недостаточная разработанность законодательной базы, регулирующей эту сферу деятельности. Временно на территории Луганского региона действуют некоторые нормативно-правовые акты Украины («О внешкольном образовании», «О туризме» и др.).

Постепенно ЛНР переходит на свои нормативно-правовые акты. Так, уже действуют временные документы (Временный, Основной Закон (Конституция) Луганской Народной Республики (с изменениями, внесенными Законами ЛНР от 24.09.2014 №22-1, от 03.12.2014 «1-П, от 03.03.2015 № 11-П) от 18.05.2014; в 2016 г. Министерством по делам семьи, молодежи, спорта и туризма ЛНР подан на рассмотрение в Народный совет «Закон о туризме»; Постановления «Об утверждении порядка согласования туристско-экскурсионных поездок за пределы Луганской народной республики» и др. Совет министров ЛНР 6 февраля 2018 года принял

постановление «Об утверждении Временных правил предоставления экскурсионных услуг и услуг по сопровождению туристов в Луганской Народной Республике». Разработанные документы, значительно изменяют сложившуюся ситуацию в развитии туризма в Луганском регионе.

При организации оздоровительной кампании соответствующие республиканские структуры руководствуются нормативно-правовыми документами, которые регламентируют организацию отдыха детей, как в летний период, так и в течение года. Главным документом является Постановление Совета Министров ЛНР от 28 июня 2016 года № 324 «Об утверждении Временных правил организованного выезда детей за пределы Луганской Народной Республики в новой редакции», Закон «Об образовании», Распоряжение Главы Администрации и приказы МОН и отдела образования Администрации [2].

Выполнение выше указанных нормативно-правовых документов является обязательным для всех организаций и учреждений образования, которые выступают организаторами, независимо от подчинения, форм собственности, места проведения школьных туристско-краеведческих походов, экскурсий, туристских слетов и других мероприятий детского туризма.

Правительство республики, понимает, что вкладывая ресурсы в сохранение и восстановление здоровья детей, государство готовит поколение активных граждан, обеспечивает качество и рост человеческого капитала, укрепляет будущие производительные силы. Поэтому сегодня в Луганской народной республике идет и восстановление материальной базы детского туризма.

В ходе изучения вопросов развития детского туризма в регионе было установлено, что в 2013 г. Луганская область насчитывала 897 детских оздоровительных учреждений. Из них 36 загородного и санаторного типа, 766 с дневным пребыванием, 25 лагерей труда и отдыха, а также 68 палаточных городков. В летнюю кампанию 2013 г. отдохнули и оздоровились 146 тысяч 700 детей или 83,1% от общего количества детей в области.

Сегодня эта статистика значительно отличается, поскольку события лета 2014 г. и сложившаяся ситуация после, внесли изменения не только в количество детских оздоровительных учреждений. Так, в 2014 г. детские оздоровительные учреждения были представлены только школьными лагерями с дневным пребыванием (для детей начальной школы), часть детей, которые были вывезены из зоны боевых действий, восстанавливались в оздоровительных лагерях Российской Федерации (Ростовская область, Краснодарский край, Республика Крым).

На протяжении почти четырех лет военного противостояния правительство ЛНР и соответствующие структуры делали все, чтобы дети Республики могли восстанавливать свое здоровье и достойно проводить

досуг в период школьных каникул. На сегодня, из 13 детских оздоровительных лагерей (ДОЛ) на территории ЛНР восстановлено 6 [1].

Сокращение мест детского отдыха связано, в первую очередь, с их местонахождением: те, что находятся в районе реки Северский Донец, а также в Зеленой Роще, Веселой горе, Николаевке не могут быть задействованы в летней оздоровительной кампании из-за возможной угрозы возобновления боевых действий. Поэтому, к летней оздоровительной кампании 2017 г. были открыты детские оздоровительные лагеря в безопасных районах: «Королевские скалы» (Свердловский район); «Лесные просторы» и «Соловьиная роща» (Антрацитовский район); «Лесные зори» и «Зарница» (г. Ровеньки); и в г. Красный Луч детский оздоровительный лагерь «Лучистый». В этих лагерях отдохнули и оздоровились 5 тысяч 440 детей.

Самый крупный детский оздоровительный лагерь – «Королевские скалы», находится в Свердловском районе, с. Провалье. Лагерь располагается в уникальном месте, у подножия скал, названных Королевскими (по названию старого села Королёвка). Он функционирует сезонно, во время летних каникул. Лагерь работает в три смены продолжительностью 21 день. Здесь могут отдыхать дети в возрасте от 6 до 11 лет. ДОЛ располагает спортивными площадками, бассейном. Дети имеют возможность посещать мастер-классы по хореографии, вокалу, журналистике и т. д. Учреждение имеет специально отведенную территорию общей площадью 10,3 га, которая находится на территории заповедника «Провальская степь».

Детский оздоровительный лагерь «Зарница» расположен под г. Ровеньки. Лагерь расположен в отдаленном от города месте – в Дубовой балке, где царит умиротворение и очень чистый воздух. Он функционирует с 1999 г. ДОЛ «Зарница» располагает 16 корпусами для проживания, спортивными (волейбольной и баскетбольной) площадками, теннисным кортом, футбольным полем, а также переправой через реку и четырьмя мостами (один из них подвесной), тайпарком и скалодромом. Для детей разработаны программы по спортивному ориентированию и туризму, проложены маршруты на скале и имеется сертифицированное оборудование для занятий альпинизмом.

Детский оздоровительный лагерь «Лесные просторы» находится в Антрацитовском районе. Лагерь занимает общую площадь более 10 гектаров. В распоряжении лагеря имеется собственный пруд, тренажерный и теннисный залы, библиотека, «фитобар», футбольное и баскетбольное поля.

Детский оздоровительный лагерь «Лучистый» находится в 2 км от г. Красный Луч. Он расположен в живописной низине лесостепной зоны урочища «Зеленый гай», окружен с трех сторон лесом. В лагере 8 жилых корпусов, летний кинотеатр, танцплощадка, спортплощадка, капи-

ще для большого костра, летнее кафе, место для палаточного городка, бассейн с мостом-понтонем.

В Луганской народной республике летом 2017 г. был организован отдых детей младшего школьного звена в пришкольных дневных лагерях. При работе с детьми особое внимание уделяется укреплению их здоровья, физическому развитию и закалке. Поэтому предусматривались утренняя зарядка, спортивные часы, соревнования и малые олимпиады, ежедневные прогулки. Для развития творческой и познавательной деятельности учащихся в планы работы лагерей внесены игровые программы, праздники, викторины, конкурсы и другие досуговые мероприятия. Для обеспечения интересного и содержательного отдыха детей к работе в лагерях привлекались не только воспитатели, но и учителя физической культуры, музыки, педагоги-организаторы.

По данным информационного центра в летнюю оздоровительную кампанию 2017 г. в Луганском регионе в 211 пришкольных лагерях отдохнули и оздоровились 12411 детей. В 11 городах Республики (Луганске, Алчевске, Антраците, Перевальске и др.) были открыты пришкольные летние лагеря, где дети могли отдохнуть, оздоровиться и интересно провести свободное время [1].

В рамках различных мероприятий 7127 детей ЛНР имели возможность побывать с разными целями в Российской Федерации. Дети получили возможность выехать за пределы Республики и отдохнуть в лагерях и оздоровительных центрах Краснодарского края (лагерь «Морская волна», санаторно-оздоровительное учреждение, расположенное в живописном месте на берегу Черного моря, оздоровительный лагерь «Жемчужины России»), Ростовской области (оздоровительное учреждение «Золотая Коса»), Москвы и Московской области (оздоровительный комплекс «Снегири»), Самарской области (оздоровительное учреждение санаторного типа «Березки»), Республики Крым (пансионат «Ольга», в нем отдыхали дети из семей, которые пострадали во время боевых действий), а также Курской, Астраханской и Свердловской областях.

При поддержке депутатов Государственной Думы РФ и Управления делами Президента РФ в рамках акции «Дети России – детям Донбасс» детям Луганского региона была предоставлена возможность поехать в Москву. Для них были предусмотрены обзорная экскурсия по Москве и экскурсия в храмы, посещение Кремлевской елки и другие мероприятия [1].

Организацией детского туризма по линии образования, которое курируется МОН ЛНР, занимаются и внешкольные учреждения дополнительного образования – Дворцы, дома и центры детского творчества, станции юных туристов, центры детско-юношеского туризма и краеведения и аналогичные учреждения. Например, Республиканский центр



детско-юношеского туризма и краеведения – специализированное учреждение дополнительного образования, которое координирует туристско-краеведческую деятельность [3]. Центр ежегодно организывает и проводит туристские спортивные походы (пешеходные, горные, водные); областные слеты и соревнования среди учащейся молодежи: по технике пешеходного туризма; по технике водного туризма; по скалолазанию; по спортивному ориентированию; учебно-тренировочные сборы и др. туристские мероприятия. Сборные команды ЛНР принимали участие в крупных региональных и международных соревнованиях по разным видам туризма, ориентированию, скалолазанию. Особых успехов достигли в пешеходном туризме и альпинизме.

Также организацией детского туризма занимаются и коммерческие учреждения – туристские агентства, которые прошли аккредитацию в ЛНР. Таких агентств четыре («Полина» ЧП Кирпатый А.Н. и «Клуб-Тур» ЧП Дегтярева С.В. и ЧП Владыкина И.В. в г. Луганске; «Розовый слон» ЧП Буланикина Н.Д. в г. Стаханове). Они реализуют не только выездные детские туры, но и региональные маршруты, занимаются организацией школьного отдыха, предлагая и экскурсии.

В ЛНР туристскими агентствами предлагаются экскурсионные маршруты по исторической, военно-исторической, литературной, природоведческой тематике. Школьникам и гостям Республики предлагаются обзорная экскурсия по городу и тематические («Храмы Луганска», «Подвиг героев-молодогвардейцев», «Дорогами Луганщины» и др.). Сегодня спектр тематики экскурсий расширен, но недостаточно. В экскурсионное обслуживание включены новые экскурсии такие, как «Народные традиции Луганщины» (предполагает посещение села Пархоменко, музея А. Пархоменко и гончарной мастерской), экскурсия в монастырский комплекс «Прославление страстей Господних» в Краснодонском районе, экскурсия «Усадьба Казимира Мсциховского» (знакомит с архитектурой начала XIX века), природоведческая экскурсия «Провальская степь» (знакомит с фауной и флорой степи на территории заповедной природоохранной территории) и другие экскурсии.

Особенностью современного состояния туризма в Луганском регионе является восстановление утраченных позиций, которые занимала эта отрасль, в том числе и детский туризм, до событий лета 2014 г. Проблема не только развития, но и перспектив развития детского туризма на сегодняшний день является актуальной для региона поскольку, одной из стратегических задач Республики является обеспечение социальной защиты детства и реализация их права на оздоровление и отдых.

Детский туризм может и должен стать одним из перспективных направлений развития туризма в Луганском регионе. По нашему мнению, весь смысл детского туризма заключается в реализации национально-консолидирующей функции внутреннего туристско-краеведческого

направления. Благодаря ему будет решаться проблема формирования физически и психологически здорового поколения.

### Литература

1. Луганский информационный центр [Электронный ресурс] // Новости – Режим доступа: <http://lug-info.com/news>. – Дата обращения: 07.02.2018.
2. Министерство культуры, спорта и молодежи [Электронный ресурс] // Новости – Режим доступа: <http://lug-info.com/news>. <https://mklnr.su/turizm>. – Дата обращения: 07.02.2018.
3. Республиканский центр детско-юношеского туризма и краеведения [Электронный ресурс] // Новости – Режим доступа: [turizm.lugasport.info/page/5](http://turizm.lugasport.info/page/5). – Дата обращения: 10.02.2018.

#### **Мальцева Л.В., Кривегин К.А. Розвиток дитячого туризму в Луганському регіоні**

*У статті висвітлюються питання розвитку дитячого туризму в Луганському регіоні. Особливу увагу приділено нормативно-правовій та матеріальній базам дитячого туризму, розглянута структура установ, що займаються організацією дитячого туризму, робиться акцент на важливості розвитку цього виду туризму.*

**Ключові слова:** Луганський регіон, туристська діяльність, дитячий туризм, нормативно-правова база.

#### **Maltseva L., Crivegin C. Development of child's tourism in Luhansk region**

*In the article the questions of development of child's tourism are illuminated in the Luhansk region. The special attention is spared to normatively-legal and material to the bases of child's tourism, the structure of establishments engaging in organization of child's tourism is considered, an accent is done on importance of development of this type of tourism.*

**Key words:** the Luhansk region, tourist activity, child's tourism, normatively-legal base.

**Морозова Виктория Владимировна,**  
ассистент кафедры туризма,  
гостиничного и ресторанного дела  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[vika9morozova@yandex.ua](mailto:vika9morozova@yandex.ua)

## **ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ НАУЧНО- ПОЗНАВАТЕЛЬНЫХ ТУРОВ В ЛУГАНСКОМ РЕГИОНЕ**

*В статье рассмотрены актуальные виды туризма на территории Луганского региона. Из приоритетных видов туризма выделен научно-познавательный. Исходя из важности и научной ценности природных ресурсов Луганского региона, обозначена необходимость разработки и организации туров научно-познавательной тематики. На основании уникальных геологических объектов Луганщины, приведено определение понятия геосайт, а также охарактеризованы наиболее репрезентативные научные объекты.*

**Ключевые слова:** туризм, туристский потенциал, природные ресурсы, геосайт, научно-познавательный тур, геологические объекты.

На современном этапе развития общества очень популярным является развитие туризма. Этот вид деятельности является перспективным и играет важную роль в формировании международных отношений между экономически развитыми странами, а также содействует культурному и духовному развитию человечества. При наличии значительного количества природных и культурно-исторических объектов в Луганской Народной Республике могут развиваться различные виды туризма, как активного, так и пассивного характера. На примере Луганского региона можно говорить о возможности развития таких видов туризма, как культурно-познавательный, приключенческий, спортивно-оздоровительный, развлекательный, экологический, сельский, а также научно-познавательный.

К сожалению, на сегодняшний день Луганщина не входит в число развитых рекреационных регионов. Существует ряд причин, которые препятствуют развитию туризма должным образом. К этим причинам можно отнести: – военные действия на территории региона 2014-2015 гг.; – слабое развитие экономики региона; – не достаточно развитая транспортная инфраструктура региона; – неблагоприятные условия охраны природных объектов и окружающей среды региона; – отсутствие заинтересованных инвесторов с целью вложения средств в развитие того или иного вида туризма.

В целом проблема развития туризма в нашем регионе требует объединения усилий, интересов и сотрудничества региональных, местных, районных органов власти, а также заинтересованного населения с целью поднятия уровня экономики территории, обеспечения рационального использования природных объектов, создания как можно большего количества рабочих мест в сфере туристской деятельности, а также формирования благоприятного имиджа для развития туризма на Луганщине.

Проблемам развития туризма в Луганском регионе посвящены научные публикации следующих авторов: О.П. Фисуненко, Г.А. Сорокиной, Ю.Г. Емельянова, Г.Е. Овчаренко, О.П. Халецкой; аспекты охраны и рационального использования туристских объектов, в том числе памятников природы отображены в работах Г.А. Сорокиной; детально охарактеризованы геологические памятники Луганщины в работах О.П. Фисуненко, А.К. Щеголева, В.Г. Бондарчука, Б.В. Пичугина, Н.И. Удовиченко, Г.А. Сорокиной.

Целью статьи является обоснование особенностей организации научно-познавательных туров в Луганском регионе.

Луганщина имеет огромный природно-ресурсный потенциал, который положительно влияет на развитие туризма на территории нашего края. Природные ресурсы Луганщины – это весьма важный фактор, который позволяет в полной мере активно развивать туристскую отрасль. Разнообразие и неповторимость ландшафтов, интересный животный и растительный мир, наличие значительного количества уникальных достопримечательностей природы, выдающихся памятников истории и культуры в полной мере содействуют развитию культурно-познавательного, экологического, научно-познавательного, а также спортивно-оздоровительного туризма.

Все это бесценное богатство есть на Луганщине и может стать ключевым в организации и воплощении в реальность множества увлекательных экскурсий, а также разработки туров различной тематики. Таким образом, качественно организованная туристская деятельность может служить выгодным источником привлечения экономических активов для дальнейшего функционирования туристской отрасли Луганского региона.

Приоритетным направлением для развития перспективных видов туризма на территории Луганщины является обеспечение надлежащей охраны природных достопримечательностей и объектов туристского показа путем привлечения добровольного общества к сохранению природных и культурных ценностей. Это является одной из важнейших задач современного общества, поскольку именно духовное и моральное осмысление и понимание каждым гражданином необходимости заботы об окружающей среде, создает позитивный образ культурного общества.

Каждый из нас должен осознавать значимость сохранения редких памятников, созданных самой природой, отдавать себе отчет в том, что они уникальны и неповторимы, и являются хоть и не материальным, зато весомым духовным сокровищем. К сожалению, значительное негативное антропогенное влияние вызывает угрозу не только для всех компонентов живой и неживой природы, но и разрушает природный туристский потенциал. Выход из этого положения может быть заложен в экологическом просвещении населения, и начинать нужно с молодого поколения, ведь именно с детства нужно закладывать у человека чувства прекрасного и доброго, ощущения себя частью живой природы.

Среди перечисленных нами перспективных видов туризма на Луганщине, одним из приоритетных является научно-познавательный туризм, созданный с целью изучения уникальных памятников природы нашего региона, в том числе геологической его составляющей.

Геологическая составляющая Луганского региона является неотъемлемым и важным элементом природной системы, который следует рассматривать и использовать не только как источник минерального сырья, но и как важнейший туристский ресурс. Мы предлагаем рассмотреть Луганский регион в отношении наличия ярких геологических объектов, которые характеризуют складчатость и разрывные нарушения в пределах региона, а также иллюстрируют геологическую историю развития региона. При изучении геологических достопримечательностей, следует дать определение такому природному явлению, как геосайт.

Геосайт – это геологическое или геоморфологическое местонахождение, территория или ландшафт определенной ценности, который имеет важное значение для понимания геологической истории страны, региона, континента, или Земли в целом [4, с. 5]. Значение геосайтов природы в том, что они не только являются эталонными научными объектами, но также наделены большой информативностью, которая определяет их ценность для развития туризма.

Для организации научно-познавательных геологических туров, необходимо принимать во внимание такие критерии отбора геосайтов, как уникальность и неповторимость объекта, а также, учитывая то, что часть геосайтов является комплексной, нужно использовать критерий комплексности и георазнообразия, учитывая каждый из аспектов, представленный в достопримечательности. Решающее значение для формирования ландшафтов имеет геологическая основа. Ландшафт в свою очередь может содержать группу геосайтов, каждый из которых принадлежит к разному типу и имеет разный рейтинг. Сочетание их на небольшой территории создает целостное представление о строении территории, о ее геологическом развитии. На территории Луганского региона выделяют пять подобных комплексов или

узлов. Это Нагольчанский, Калиновский, Иллирийский, Юрьевско-Белореченский, Георгиевский. Эти комплексы геосайтов взаимосвязаны и взаимодействуют друг с другом. Множественные геосайты Луганского региона можно распределить на несколько основных групп и привести примеры каждой из них [4, с. 9]: – стратиграфические геосайты (Балка Безымянная; Балка Долгая); – палеонтологические геосайты (Ушаковка; Грушка; Конопляновка); – тектонические геосайты (Балка Водяная; Балка Шатского; Верхняя Ореховка); – геоморфологические геосайты (Острый Бугор; Орехово; Королевские скалы); – минералогические геосайты (Есауловка; Бобриково; Поповка); – петрологические геосайты (Георгиевский карьер; Белореченский); – гидрогеологические геосайты (Источник «Золотаревский»; источник «Святой Антипий»; Колодец им. Чехова) [2, с. 17].

С целью исследования и популяризации геосайтов Луганского региона, а также изучения природы региона и экологического просвещения населения, необходимо рациональное использование геологических достопримечательностей, путем разработки туристских маршрутов. По нашему мнению, более приоритетным направлением станет организация научно-познавательных туров, в процессе которых осуществляется экологическое просвещение населения, особенно это касается молодого поколения.

В условиях Луганского региона, с точки зрения перспектив развития экологического туризма, наличия культурно-исторических ценностей, изучения геологического строения и особенностей геоморфологии, тематика научно-познавательного туризма будет наиболее привлекательна. Эти экскурсии могут привлечь широкий круг заинтересованных лиц самых разных возрастных категорий, например, для школьников среднего возраста и учеников младших классов данные экскурсии могут иметь общий познавательный характер; для учеников старших классов экскурсии должны выполнять роль познания и изучения природных объектов; для студентов естественных факультетов геолого-познавательные экскурсии помогут целесообразно проводить комплексные исследования во время полевой практики; для обычных туристов подобные туры и экскурсии будут привлекательными с целью расширения знаний, а также морального и духовного удовлетворения и познания родного края [3, с. 159-162].

Важным аспектом при создании научно-познавательных туров, является то, что природные объекты и достопримечательности нуждаются в инвентаризации, изучении и сбережении. Система охраны геосайтов должна базироваться на правовых, административных и экономических нормах. Большое значение имеет популяризация уникальных объектов природы, их рациональное использование и привлечение общественности [4, с. 7-8]. Существующие объекты неживой природы являются самым

ценным туристским ресурсом Луганского региона, который необходимо использовать с целью активизации туристских интересов к изучению природных достопримечательностей нашего края.

### Литература

1. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: Справочник. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 368 с.
2. Сорокина Г.А. К вопросу о классификации геологических памятников природы Донбасса // 2001 – итоги науки: Матер.науч.конф. – Луганск: Альма – матер, 2002. – С.17.
3. Сорокина Г.А. Проблемы охраны геологических памятников Луганской области // Теоретичні, регіональні, прикладні напрями розвитку антропогенної географії та ландшафтознавства: Матер. Міжнар. наук.-практ.конф. – Кривий Ріг, 2005. – С.159–162.
4. Шищенко П.Г., Сорокіна Г.О. Геосайти Луганської області: їх раціональне використання та охорона. – Луганськ : Державний заклад «Луганський Національний Університет ім. Тараса Шевченка», 2008. – 184 с.

#### **Морозова В.В. Особливості організації науково-пізнавальних турів у Луганському регіоні**

*У статті розглянуті актуальні види туризму на території Луганського регіону. З пріоритетних видів туризму визначено науково-пізнавальний. Виходячи з важливості і наукової цінності природних ресурсів Луганського регіону, позначена необхідність розробки і організації турів науково-пізнавальної тематики. На підставі унікальних геологічних об'єктів Луганського регіону, приведено визначення поняття геосайт, а також охарактеризовані найбільш репрезентативні наукові об'єкти.*

**Ключові слова:** туризм, туристський потенціал, природні ресурси, геосайт, науково-пізнавальний тур, геологічні об'єкти.

#### **V. Morozova Features of the organization of scientific and cognitive tours in the Lugansk region**

*The article considers the actual types of tourism in the territory of the Luhansk region. Of the priority types of tourism, the scientific and cognitive is allocated. Based on the importance and scientific value of the natural resources of the Lugansk region, the need for the development and organization of tours of scientific and cognitive topics is indicated. Based on the unique geological objects of the Lugansk region, the definition of the geosite is given, and the most representative natural objects are characterized.*

**Key words:** tourism, tourist potential, natural resources, geosite, scientific and cognitive tour, geological objects.

*Пинчук Диана Станиславовна,  
преподаватель кафедры географии  
Абхазского государственного университета  
[december1222@mail.ru](mailto:december1222@mail.ru)*

## **ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ В РАЗВИТИИ КУРОРТНОЙ СФЕРЫ АБХАЗИИ**

*В статье рассмотрена ведущая роль туризма для республики, ее уровень развития в советский период. На современном этапе развития туристской индустрии важно рациональное использование имеющихся туристско-рекреационных ресурсов. Особое значение отводится поддержке на государственном уровне.*

***Ключевые слова:** туристская индустрия, курорт, ресурсы, минеральные воды, пляж.*

На современном этапе развития общества туризм является одной из крупнейших и динамично развивающихся отраслей экономики, важной частью внешнеэкономической деятельности многих стран мира. Высокие темпы его развития, большие объемы валютных поступлений активно влияют на различные сектора экономики, что способствует росту туристской индустрии. Нельзя не отметить особую роль ресурсного потенциала и экономико-географического положения страны для развития туристской деятельности.

Являясь одним из немногих доступных территорий для отдыха и рекреации во времена СССР, Республика Абхазия обладала достаточной инфраструктурой и материальной базой для развития туризма. Такие города-курорты, как Пицунда, Гагра, Сухум, Очамчира принимали огромное количество посетителей и приносили немалый доход в бюджет государства. Отечественная война народа Абхазии 1992-1993гг. нанесла огромный ущерб всей сфере туризма и рекреации. Однако сегодня страна способна и принимает до миллиона, а в отдельные годы и более миллиона туристов и экскурсантов.

По данным открытых источников за 5 месяцев курортного сезона 2015 г. через погранпереход «Адлер» в Абхазию последовали свыше 5,5 млн. чел., что на 1 млн. больше, чем в 2013 году, когда в этой стране была зафиксирована рекордная туристская посещаемость. За это же время российско-абхазскую границу пересекло 800 тыс. транспортных средств (на 20% больше, чем в 2014 г). Абсолютный рекорд июля за всю историю существования контрольно-пропускного пункта «Адлер-автодорожный» был в середине августа 2012 года - зафиксировано рекордное число



граждан, пересекших российско-абхазскую границу - 45 тысяч человек. Эта цифра превысила проектную пропускную способность более чем в полтора раза, а в июле 2015 г. 43 тысячи граждан пересекли границу [4].

Для развития туристской деятельности немаловажным является поддержка на государственном уровне. Причем, имеется ввиду, и инвестиции в отрасль и подготовка соответствующих кадров. Что касается последнего, то это особенно необходимо в санаторно-курортной деятельности, где особое место принадлежит медперсоналу.

По данным статистики, на территории Абхазии функционирует санаториев и пансионатов с лечением в количестве 4 с 634 койко-мест. А количество медицинского персонала на все эти объекты 122 человека (данные на 2014 год) [5].

Туристско-рекреационный и санаторно-курортный комплекс – это ведущая составляющая экономики городов-курортов, необходимо формирование его долгосрочной конкурентоспособности как на внутреннем, так по отдельным позициям на мировом рынке.

Богатая и живописная природа Абхазии создает прекрасную базу для развития курортов. Этому способствует исключительное разнообразие климатических условий. Курортные местности Абхазии по профилю подразделяют на климатические, бальнеологические и климато-бальнеологические.

С конца XIX века населенные пункты Черноморского побережья Абхазии становятся известными как лечебные места. Начали возникать частные санатории, пансионаты, гостиницы. Центром изучения курортных факторов Абхазии стал открытый в 1938 году в городе Сухум Научно-исследовательский институт курортологии (ныне Научно-исследовательский центр курортологии и нетрадиционной медицины им. Куджба АНА) [1].

На базе центра курортологии и нетрадиционной медицины в городе Сухум функционирует санаторий «Апсны», рассчитанный на 90 мест. Это единственный санаторий города, оказывающий услуги лечения. Здесь предлагаются такие процедуры, как физиотерапия, массажи, искусственные ванны, лечебная физкультура. При санатории работает квалифицированный медперсонал, под руководством которого проводятся все бальнеологические процедуры.

Еще в советский период на территории Абхазии было выявлено около 600 минеральных источников. Однако изучено было только 170 выходов минеральных вод, их физико-химические свойства и влияние на организм. География распространения минеральных источников простирается по всей низменной зоне Абхазии – Гагра, Пицунда, пос. Приморское, Новый Афон, пос. Эшера, Сухум, район р.Басла, пос. Мачара, с.Киндги, Очамчирский район. В среднегорной зоне выделяются радоновые выходы минеральной воды в окрестностях г. Ткуарчал.

Горная зона представлена Рица-Ауадхарским районом со знаменитой ауадхарской минеральной водой, Башкапсарской и Адангской водами.

Сегодня наиболее изученными являются физико-химические свойства минеральных источников города Сухум и его окрестностей.

Первая попытка получения минеральной воды была предпринята в районе города Сухум в 1936-1937 годы. Но только в 1955 году глубокая разведочная скважина в районе реки Басла вывела на поверхность два типа ценных минеральных вод, различных по своему физико-химическому составу.

1. Азотно-термальная минеральная вода была получена с глубины 2000 метров, ее температура достигала +42 градусов. По химической характеристике эта вода сульфатно-хлоридная, натриево-кальциевого типа. В состав этой минеральной воды входят такие микроэлементы, как железо, марганец, стронций, висмут и др., всего около 20 различных элементов. Кроме того, она насыщена азотом и содержит радон, что повышает ее бальнеологическую ценность.

2. Сульфидно-метановая минеральная вода была получена с глубины 600 метров, ее температура +29 градусов. По химическому составу эта вода хлоридно-натриевая, относится к метановым термам, для которых характерно содержание хлористого натрия, брома, йода, аммиака и иногда сероводорода. Содержание в воде метана и небольшое содержание сероводорода также придают ей бальнеологическую ценность.

На сегодняшний день в окрестностях реки Басла открыто всего 8 скважин термальных сульфатно-хлоридно-натриево-кальциевых вод, насыщенных азотом [3].

Ниже приведена общая характеристика минеральных вод Абхазии (табл.1). В таблице рассматриваются типы минеральных вод, район их распространения, общая минерализация и температура воды на выходе.

В стратегической перспективе санаторно-курортная составляющая рекреации должна получить дополнительный импульс. В рамках данного направления рекреационной сферы приоритетное внимание должно быть уделено реконструкции и развитию центров санаторно-курортного лечения. И хотя территория Абхазии обладает значительным потенциалом для развития санаторно-курортного дела (минеральные воды, лечебные грязи, выходы радона и сероводорода на поверхность в количестве допустимом для рекреации), сегодня эти ресурсы используются не эффективно. Утратили свое значение многие бальнеологические лечебницы, предоставлявшие санаторное лечение своим постояльцам.

Таблица 1.

## Общая характеристика минеральных вод Абхазии

Тип воды	Район распространения	Общая минерализация	Температура на выходе
Питьевые минеральные воды	Ауадхарская минеральная вода	6,5 г/л	9°С
	Мерхеульская вода	0,26 г/л	18°С
	Башкапсарская вода	1,75 г/л	7°С
Термальные минеральные воды	Сухумские минеральные воды	22 мг/л	29 – 42°С
	Гагрская вода	2,2 г/л	43°С
	Приморская вода	5 г/л	38°С
	Минеральные воды Очамчирского района	1,1 – 1,7 г/л	70 – 110°С
Радоновые минеральные воды	Ткуарчалские минеральные воды	0,36 – 0,55 г/л	34 – 37°С

Другим важным ресурсом для развития курортной деятельности в стране является приморская курортная зона, представленная в основном пляжами.

В Абхазии преобладают песчано-галечные пляжи. Наибольшей популярностью среди туристов пользуются пляжи курортных городов Гагра, Гудаута, Новый Афон, Сухум.

Береговая зона Сухума, протянувшаяся на 20 км, достаточно обустроена, чистая, с ровным дном без перепадов глубин. Некоторые туристические фирмы Абхазии предлагают дайвинг по затонувшим руинам древнего города Диоскурия. Любителям активного водного отдыха предлагаются водные развлечения и аттракционы. Пляжи Сухума мелкогалечные, общественные.

Побережье в Гагре – одно из самых популярных в стране. Представлено мелкой галькой, местами переходящей в песок. Почти вся береговая линия разделена на небольшие участки, некоторые из которых отданы в ведомства пансионатов.

Пляжи Пицунды представлены самой чистой и прозрачной водой на всем побережье страны. Здесь почти никогда не бывает серьезных волнений. Пляжи галечные, однако исключение составляет песчаный берег в поселке Лдзаа, который считается единственным песчаным берегом в Абхазии.

Территория Абхазии обладает значительным потенциалом для дальнейшего развития курортной сферы. При всей имеющейся ресурсной базе ощущается нехватка квалифицированного труда и инвестиционных вложений в индустрию. В перспективе не менее доходным предприятием может стать туристское освоение восточных районов Абхазии, богатых природными ресурсами и культурно-историческими достопримечательностями.

### Литература

**1. Осия О.В.,** Кокоша Л.В., Пустоварова О.В., Осия А.О. – Природные лечебные факторы Абхазии. Издание второе дополненное. Сухум. : 2014. – 317 с. **2. Пинчук Д.С.,** Филобок А.А. Гидроминеральные лечебные ресурсы Абхазии: общая характеристика и география источников / «Вестник» национальной академии туризма БАТиП, №3(43) Санкт-Петербург июль-сентябрь 2017. С. 61–63. **3. Пинчук Д.С.,** Филобок А.А. - Гидроминеральные лечебные ресурсы города Сухум. Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Материалы V международной научно-практической конференции. Краснодар 30 марта-2 апреля 2017. С.225–228. **4. Пинчук Д.С.,** Филобок А.А. Современное состояние и проблемы развития приморских курортных центров Абхазии. Актуальные проблемы развития туризма. Материалы международной конференции молодых ученых, аспирантов, студентов и учащихся. Казань 2016. С. 67–69. **5. Управление** государственной статистики Республики Абхазия – Абхазия в цифрах: 2014.

#### **Д. Пинчук** Туристичні та рекреаційні ресурси у розвитку курортної сфери Абхазії

*У статті розглядається провідна роль туризму для республіки та рівень розвитку туризму в радянський період. На сучасному етапі розвитку туристичної галузі важливо раціональне використання наявних ресурсів. Особливе значення надається підтримці на державному рівні.*

**Ключові слова:** туристична індустрія, курорт, ресурси, мінеральні води, пляж.

#### **D. Pinchuk** Tourist and recreational resources in the development of the resort sphere of Abkhazia

*The article considers the leading role of tourism for the Republic and the level of tourism development in the Soviet period. At the present stage of*

*development of the tourist industry is important to the rational use of available resources. Special importance is attached to the support at the state level.*

**Key words:** *tourism industry, resort, resources, mineral waters, beach.*

УДК 502:37.03 + 383.483.11+582

**Ребриев Юрий Александрович**

*Старший научный сотрудник*

*Южный научный центр РАН*

*[rebriev@yandex.ru](mailto:rebriev@yandex.ru)*

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГРИБНОГО ТУРИЗМА В СТЕПНОЙ ЗОНЕ ЕВРОПЕЙСКОЙ ЧАСТИ РОССИИ**

*Рассмотрены возможности организации особого направления экологического туризма – грибного туризма. Выделено 2 основных направления, связанные 1) со сбором грибов и 2) с наблюдением их в природе. Развитие грибного туризма наиболее перспективно на базе особо охраняемых природных территорий, находящихся в юрисдикции Минприроды, и музеев-заповедников, подведомственных Минкультуры. Проанализированы особенности организации направлений грибного туризма и возможные проблемы.*

**Ключевые слова:** *экотуризм, грибы, ООПТ, музей-заповедник.*

Интерес к экологическому туризму (ЭТ) стабильно высок во всем мире. Существует много определений термина «экотуризм», но большинство формулировок сходятся в том, что в основе этой деятельности лежит устойчивое использование природных ресурсов. По определению, данному Википедией, ЭТ – форма устойчивого туризма, сфокусированная на посещении относительно незатронутых антропогенным воздействием природных территорий. В современных условиях ЭТ оказывается действенным инструментом экономического развития регионов, способствуя при этом повышению их экологической безопасности. ЭТ – важный аспект деятельности охраняемых территорий, включая природные заповедники. Очевидно, что базовым условием развития ЭТ является наличие территорий либо объектов с высокой биологической ценностью, привлекательных для экотуристов. Россия является крупнейшим в мире государством и в связи с этим обладает огромным потенциалом для развития ЭТ.

В основе ЭТ лежат принципы сохранения природного разнообразия, неистощительного использования природных ресурсов, повышения уровня экологической образованности.

Объектами ЭТ могут являться природные комплексы в целом, такие как экосистемы леса, степи, болота и т.д. (либо их сочетания в общем ландшафте). Интерес туристов могут привлекать и элементы ландшафта, например отдельные скалы, выходы горных пород, старовозрастные деревья. Отдельные компоненты экосистем, например животные, растения либо отдельные их виды также могут стать перспективными с точки зрения организации ЭТ. К таким компонентам относятся и грибы, а именно макромицеты – грибы, формирующие видимые невооруженным глазом плодовые тела.

В настоящее время видовое разнообразие грибов России, по разным источникам, оценивается в 20–25 тыс. видов. Из этого числа на макромицеты приходится 6–7 тыс. видов. Степень изученности, как отдельных групп грибов, так и регионов России крайне неравномерна. Одной из наиболее хорошо изученных территорий в этом отношении является северо-запад России и особенно Ленинградская область [3].

Таксономическое разнообразие грибов степного региона европейской части России (Астраханская, Волгоградская, Ростовская области, Республика Калмыкия, степные части Краснодарского и Ставропольского краев) оценивается более чем в 3000 видов, без учета лишайников и миксомицетов. На макромицеты приходится около 1200–1300 видов [8, неопубл. данные].

На наш взгляд, в степном регионе европейской части России созданы хорошие предпосылки для развития такого направления ЭТ, как грибной туризм. Основными предпосылками являются:

1. Несмотря на высокую степень освоенности (более 90% площади, занимаемой некогда целинными степями, сейчас занято пашней, дорогами, населенными пунктами и т.п.), сохраняются участки малонарушенных степных, луговых и лесных сообществ, а также искусственные лесонасаждения.

2. Многие из этих участков (окрестности природных заповедников «Богдинско-Баскунчакский», «Ростовский» и «Черные Земли», Доно-Цимлянский песчаный массив, север Ростовской области, Волго-Ахтубинская пойма) находятся в удалении от промышленных центров и нередко труднодоступны. Это является важным условием поддержания экосистем в устойчивом состоянии.

3. Относительно хорошая изученность микобиоты региона.

Несомненно, есть и немало проблем, главные из которых:

1. Ограниченность «грибного сезона» в степном регионе во времени. Весенние сроки могут составлять 1–2 недели, а в неблагоприятные годы отсутствуют. Основное время для сбора грибов – осень (вторая половина сентября–первая половина ноября).

2. Необходимость подготовки специалистов с микологическим образованием для консультаций и проведения экскурсий.

В качестве потенциально наиболее востребованных можно предложить 2 направления грибного ЭТ, обладающих своей спецификой и предъявляющих свои требования к организации и осуществлению туристской деятельности.

1. СобираТЕЛЬский, или гастрономический туризм: массовый сбор грибов для употребления в пищу (непосредственно во время поездки либо заготовки впрок).

**Плодовые тела грибов являются ценным пищевым продуктом. Ежегодные объемы сбора дикорастущих и производства культивируемых грибов в мире оцениваются в сотни тысяч тонн.**

Заготовка диких грибов в промышленных масштабах ведется как в европейской, так и в азиатской частях России преимущественно в лесных регионах. Ежегодно в России самосбор лесных грибов составляет порядка 500 тыс. тонн, промышленно собирается и перерабатывается не более 5 тыс. тонн. При этом годовая емкость российского грибного рынка составляет не меньше \$25 млн. Наиболее ценными в пищевом отношении видами являются: белый гриб (*Boletusedulis*), маслята зернистый и желтый (*Sulliusgranulatus*, *S. luteus*), подберезовик обыкновенный (*Leccinumscabrum*), подосиновик красно-бурый (*Leccinumaurantiacum*), сыроежки (*Russulaspp.*), рыжик обыкновенный (*Lactariusdeliciosus*) и другие виды груздей (*Lactarius spp.*), лисичка обыкновенная (*Cantharel-luscibarius*), опенок осенний (*Armillariamellea*).

В лесных регионах (например, Кавказ, средняя полоса России) видовое богатство практически значимых видов грибов высоко и сезон плодоношения растянут во времени, что позволяет заниматься грибозаготовками 5–6 месяцев в году. В условиях степной зоны перспективных для заготовки видов грибов значительно меньше и плодоношение их жестко лимитируется погодными условиями. Однако при благоприятных условиях (май, октябрь–ноябрь) регулярно отмечается массовое плодоношение шампиньонов (*Agaricusspp.*), груздей (*Lactarius spp.*), болетов, включая белый гриб (*Boletusedulis*), маслят (*Sullius spp.*), что делает их заготовки перспективными и экономически оправданными.

Как вариант «собираТЕЛЬского» направления можно рассматривать и медицинский туризм, в связи с популярностью среди населения традиционных методов лечения. Издавна в разных регионах России с лечебной целью используются такие виды грибов, как чага (*Inonotus obliquus*), веселка (*Phallusimpudicus*), лиственничная губка (*Fomitopsisofficinalis*). В последнее время популярность приобретают и другие виды, используемые в народной медицине других стран. Это в частности ганодермалакированная, или личжжи (*Ganodermalucidum*), различные виды кордицепсов (*Cordyceps spp.*), и др. Однако развитие такого специфического направления, безусловно, требует большой предварительной подготовки, начиная с проработки юридических вопро-

сов и заканчивая подготовкой специалистов с медицинским и микологическим образованием.

При организации поездок «по грибы» необходимо помнить, что многие виды из числа съедобных и лекарственных внесены в Красные книги РФ и регионов. Поэтому возможно использование их только в качестве объектов эстетического туризма – еще одного перспективного направления.

II. Эстетический туризм, или «myco-watching»: экскурсии с целью наблюдения разных по форме, экологии видов грибов.

Отличие от популярного направления ЭТ – наблюдений за птицами (birdwatching), при котором зачастую нужно оставаться на одном месте, состоит в том, что количество увиденных видов грибов зависит от длины маршрута и разнообразия природных сообществ.

Главными условиями для выбора любого туристического маршрута можно назвать привлекательность, доступность и информативность территории. Информативность в значительной степени повышается при наличии у проводника глубоких специальных знаний о местности и объектах на маршруте. Очень помогут буклеты, листовки, а также расположенные непосредственно на маршруте информационные стенды.

В столь сильно освоенном регионе, каковым является степная зона европейской части России, далеко не везде можно организовать протяженный маршрут через большой спектр сообществ. Самыми удачными для прокладки маршрутов мы считаем охраняемые территории высокого уровня. Помимо собственно сохранения природных объектов и их составляющих здесь есть и другие крайне важные для организации ЭТ условия, такие как наличие развитой инфраструктуры, материальной базы и нередко – специалистов необходимого направления.

Охраняемые территории условно можно подразделить на 2 типа: особо охраняемые природные территории (ООПТ) и объекты культурного наследия – музеи-заповедники.

Заповедники, а также национальные и природные парки являются высшими формами ООПТ. Их территории имеют высокое природоохранное, научное, эколого-просветительское значение и в связи с этим изымаются из хозяйственного использования. Согласно Закону РФ «Об особо охраняемых природных территориях», заповедники, национальные и природные парки вправе вести эколого-просветительскую работу, под определение которой попадает и ЭТ. Безусловно, ведение ЭТ на охраняемых природных территориях возможно при условии ряда ограничений и не на всей территории. В то же время при хорошо организованном процессе ЭТ может стать одним из ведущих источников внебюджетного дохода таких организаций.

Грибная биота в ряде ООПТ степного региона уже изучена достаточно полно. Например, в заповеднике «Ростовский» отмечен 91 вид



макромицетов [7, 10], в Богдинско-Баскунчакском заповеднике – 81 вид базидиальных макромицетов [2], в Ботаническом саду ЮФУ – 257 видов макромицетов, в том числе 12 из Красной книги Ростовской области [5].

Альтернативной ООПТ формой территориальной охраны природных комплексов являются музеи-заповедники (МЗ). В настоящее время в России насчитывается более 100 МЗ, включая музеи-усадеб. Расположенные в сельской местности МЗ включают в свои границы значительные территории, на которых располагаются ценные культурные и природные объекты [4]. Находясь под юрисдикцией Министерства культуры, МЗ с обширными территориями т.н. зон охраняемого ландшафта во многом функционально схожи с национальными парками, что дает основание рассматривать их и как часть системы особо охраняемых территорий [6].

В связи со спецификой своей деятельности, оба рассмотренных выше варианта охраняемых территорий имеют как плюсы, так и минусы в деле организации экологического и в том числе грибного туризма. Первые, а именно ООПТ, имеют штат научных сотрудников с биологическим образованием. Это дает возможность быстро спроектировать и проложить маршрут (или при необходимости несколько), научные сотрудники также уже являются подготовленными специалистами – проводниками. Территориальная охрана сотрудниками соответствующего отдела охраны является гарантом сохранения как природных сообществ, через которые проложен маршрут, так и инфраструктуры (информационных стендов, скамеек, мусорников и т.п.). Организация экологических маршрутов является наиболее перспективной, если не единственной, формой развития ЭТ на ООПТ. Отработка такого направления планируется в Ботаническом саду ЮФУ, являющемся памятником природы федерального значения.

Музеи-заповедники имеют большую свободу деятельности в зоне охраняемого ландшафта. Здесь необходимо уточнить, что эта территория находится в собственности или в аренде у большого числа юридических лиц, и хозяйственная деятельность здесь ограничена (иногда совершенно формально) с целью сохранения культурно-исторического облика. Исходя из этого, у МЗ нет достаточных полномочий и возможностей для охраны инфраструктуры маршрута. С другой стороны, туристическая деятельность является одной из основных задач музеев, что подразумевает наличие музейного интернет-сайта, туристического отдела, развитие необходимой инфраструктуры, а также тесные связи с турагентствами. МЗ помимо организации эстетического туризма могут развивать и собирательское направление. Большим недостатком здесь может являться отсутствие специалистов-биологов и необходимость предварительной инвентаризации грибов региона. Одним из редких исключений является Государственный МЗ М. А. Шолохова (Ростовская

область). Здесь силами сотрудников МЗ и привлеченных специалистов проведена инвентаризация многих групп организмов [9], а в 2006 году состоялось IX Рабочее совещание Комиссии по изучению макромицетов. Итоговый список видов грибов составляет более 1000 видов, из которых на долю макромицетов приходится более 750 видов [1].

Как для гастрономического, так и для эстетического направлений грибного туризма важен общий принцип: «не навреди!». Поэтому при эксплуатации экологических маршрутов и тем более массовом сборе грибов крайне важно рассчитывать предельно допустимые нормы нагрузки на экосистемы. Всем известны отрицательные последствия т.н. «дикого» туризма: неубранный мусор, неконтролируемые порубки деревьев, разведение костров и др. Организация необходимой инфраструктуры, в частности установка мусорников, оформление мест отдыха, кострищ, установка информационных стендов, способствует значительному снижению отрицательного антропогенного воздействия. Этому в значительной мере способствуют и тематические буклеты, выпускаемые организаторами ЭТ, проведение разъяснительной работы с местным населением.

## Литература

**1. IX Рабочее совещание Комиссии по изучению макромицетов (Вёшенская, 4–10 октября 2006 г.).** Аннотированные списки видов грибов и миксомицетов. Сборник статей. — Ростов-на-Дону: Изд-во ЮФУ, 2008. — 90 с. **2. Амосов П.Н.,** Александрова А. В., Бухарицин П.И., Головачев И.В., Землянская И.В., Змитрович И.В., Каганов В.В., Карпенко Н.Т., Капралов С.А., Кулаков В.Г., Кутлусурина Г.В., Моргун Д.В., Муханов А.В., Новожилов Ю.К., Польшова Г.В., Попов А.В., Попов Е.С., Ребриев Ю.А., Сафронова И.Н., Светашева Т.Ю. Состояние и многолетние изменения природной среды на территории Богдинско-Баскунчакского заповедника: Монография / ред. И.Н. Сафронова, П.И. Бухарицин, А.В. Бармин. — Волгоград: ИПК «Царицын», 2012. — 360 с. **3.** Биоразнообразие Ленинградской области (Водоросли. Грибы. Лишайники. Мохообразные. Беспозвоночные животные. Рыбы и рыбообразные). Сб. статей. — СПб., 1999. — 567 с. **4. Зайцева Г.А.** Экологическая деятельность музеев-заповедников: современная теория и практика // Материалы первой научно-практической конференции «Музей-заповедник: экология и культура» (ст. Вешенская, 25–25 августа 2004 года). Сборник статей. — Ростов-на-Дону, издательство «Юг», 2004. — С. 69–72. **5.** Красная книга Ростовской области: в 2 т. Т. 2. Растения и грибы / Изд-е 2-е. Под науч. ред. В.В. Федяевой. — Ростов-на-Дону: Минприроды Ростовской области, 2014. — 344 с. **6. Кулешова М.Е.** Музеи-заповедники как часть системы особо охраняемых территорий // Материалы второй научно-практической конференции «Музей-заповедник: экология и

культура» (ст. Вешенская, 13–16 сентября 2006 года). Сборник статей. – Ростов-на-Дону, издательство «Юг», 2006. – с. 27–28. **7. Ребриев Ю.А., Булгаков Т.С., Светашева Т.Ю.** Материалы к микобиоте заповедника «Ростовский» и прилегающих территорий // Современное состояние и технологии мониторинга аридных и семиаридных экосистем юга России: Сб. научных статей. – Ростов-на-Дону: Изд-во ЮНЦ РАН, 2010. – С. 149–160. **8. Ребриев Ю.А., Русанов В.А., Булгаков Т.С., Светашева Т.Ю., Змитрович И.В., Попов Е.С.** Микобиота аридных территорий юго-запада России. – Ростов-на-Дону : Изд-во ЮФУ, 2012. – 86 с. **9.** Флора, фауна и микобиота Государственного музея-заповедника М.А. Шолохова. – Ростов-на-Дону, 2004. – 242 с. **10. Ширяев А.Г., Ребриев Ю.А., Кнудсен Х.** Дополнение к микобиоте Ростовского заповедника и прилегающих территорий // Растительный мир Азиатской России, 2017. – №4. – С. 3–10.

### **Ю. Ребрев** Перспективи розвитку грибного туризму в степовій зоні європейської частини Росії

*Розглядаються можливості організації особливої форми екологічного туризму - грибного туризму. Існують 2 основних напрями, пов'язані з: 1) збиранням грибів та 2) спостереженням грибів у природі (міко-спостереження). Розвиток грибного туризму є найбільш перспективним на базі особливо охоронюваних природних територій, що знаходяться під юрисдикцією Міністерства природних ресурсів та Музей-заповідники під юрисдикцією Міністерства культури. Проаналізовано особливості організації грибного туризму та можливі проблеми.*

**Ключові слова:** екотуризм, гриби, охоронювані території, Музей-заповідник.

### **Y. Rebriev** Prospects for the development of mushroom tourism in the steppe zone of the European part of Russia

*The possibilities of organizing a special form of ecological tourism – mushroom tourism are considered. There are 2 main directions related to 1) mushroom picking and 2) observation of fungi in nature (myco-watching. The development of mushroom tourism is most promising on the basis of specially protected natural areas under the jurisdiction of the Ministry of natural resources and Museum-reserves under the jurisdiction of the Ministry of culture. Features of the organization of mushroom tourism and possible problems are analyzed.*

**Key words:** eco-tourism, mushrooms, protected areas, the Museum-reserve.

**Сорокина Галина Александровна**  
доктор педагогических наук, профессор,  
первый проректор  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[galina-sorokina@mail.ru](mailto:galina-sorokina@mail.ru)

## **О ПРОБЛЕМЕ СОХРАНЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ В УСЛОВИЯХ ВОЕННОГО КОНФЛИКТА**

*В статье рассмотрена проблема сохранения геологических достопримечательностей и обоснована необходимость охраны уникальных туристических объектов в экстремальных условиях. Приведена информация о результатах научных исследований геосайтов в довоенное время, констатируется сегодняшнее состояние работы в отношении инвентаризации, изучения и сохранения геологических памятников Луганского региона. Разработаны и предложены мероприятия направленные на сохранение и популяризацию туристических объектов (геосайтов) в условиях военного конфликта.*

**Ключевые слова:** туристические объекты, экстремальный туризм, военный туризм, ностальгический туризм, геосайты.

Луганщина никогда не была раскрученным туристически-популярным регионом. Эта территория часто представлялась искушенным туристам как промышленный, сумрачный край с плохой экологией, красными от химической пыли деревьями и опасными для здоровья человека терриконами.

Вследствие политических и военных событий, которые сегодня имеют место в нашем регионе, о Луганске узнали во всем мире. Луганщина стала прославленной и священной землей, политой кровью героев, которые ее защищали. Безусловно, это привлекло внимание определенной категории туристов, повлияло на появление новых видов туризма, таких как: экстремальный (поскольку этот вид туризма всегда связан с риском), военный (путешествия в зоны боевых действий в целях осмотра достопримечательностей и боестолкновений), ностальгический (для тех, кто уехал и скучает по своей Родине).

Однако специалисты туристической отрасли имеют четкое представление о Луганском регионе как привлекательной территории для развития многих видов туризма, в том числе и уникальных, таких как геотуризм. На территории Луганщины представлены категорически

различные ландшафты, такие как равнинные степи и скальные образования до 80-100 м, здесь расположены меловые склоны и обнажения каменноугольного периода, степные балки и пойменные леса. Эти контрасты и разнообразие ландшафтов являются привлекательным даже для опытных туристов.

Сегодня территория Луганской Народной Республики находится в зоне военного конфликта, побочным последствием которого, является уничтожение туристических достопримечательностей региона, в том числе и геологических. На самом деле это трагедия, последствием которой будет уничтожение уникальнейших памятников, демонстрирующих геологическую историю развития территории. Данные объекты не могут быть восстановлены или реконструированы, а некоторые из них уже утрачены навсегда. В связи с этим, сохранение оставшихся геологических достопримечательностей является важнейшей задачей нашего общества.

На протяжении последнего столетия в Луганском регионе активизировалась работа по выявлению, инвентаризации, оценке экологического состояния геологических объектов. Такая научная работа велась и осуществляется сейчас, потому что Луганщина является уникальным регионом в отношении геологической составляющей. Известные ученые (П.И.Луцкий, О.П.Фисуненко, Б.В.Пичугин, Л.И. Ильницкий, Н.И. Удовиченко, Ю.Г.Емельянов и др.) исследовали уникальные геологические объекты этой территории, описывали, классифицировали их, разрабатывали геологические экскурсии, были инициаторами проведения здесь Международных конгрессов.

В довоенное время в процессе полевых исследований, изучения и обобщения литературных источников, фондовых работ геологических организаций, было обследовано и задокументировано 93 геосайта (геологических памятника), из которых лишь 15 имели официальный природоохранный статус. Среди выявленных и изученных памятников: стратиграфических – 23; палеонтологических – 22; тектонических – 15; геоморфологических – 14; минералогических – 7; петрологических – 2; гидрогеологических – 6; освоения недр Луганской области – 4. Предложены разрезы – кандидаты для выбора эталонных разрезов карбона. Описание объектов проводился на основе требований проекта «Геосайты».

В 2006 году впервые для Луганской области была применена методологическая база проекта «Геосайты» и выполнена оценка геологических памятников региона по государственной значимости. Для их выбора и оценки использовался метод системного обзора и сравнительной оценки геосайтов.

Таким образом, очевидно, что работа в отношении выявления, изучения и популяризации ценных геологических объектов велась активная.

В послевоенное время мы должны констатировать следующую картину в отношении состояния выявления, изучения и сохранения геологических памятников Луганского региона.

1. Процесс активной инвентаризации геологических объектов приостановлен, поскольку большинство из них находятся в зоне недоступной как для ученых, так и для туристов (оккупированные территории, заминированные территории, условно недоступные территории) и т.д.

2. Некоторые объекты (точное количество их не установлено) уничтожены. Прежде всего, это объекты, которые находились или находятся в зоне боевых действий.

3. Геосайты, не получившие природоохранный статус, пока не имеют возможность его получить, поскольку в новых послевоенных условиях не разработан механизм его получения, а это значит что работа по их охране не осуществляется.

3. Недостаточное количество отечественных специалистов-геологов, способных компетентно проводить исследования и описывать геологические достопримечательности, устанавливать их научную ценность. Отсутствие возможности привлекать к изучению уникальных объектов иностранных специалистов как это было в довоенное время.

4. Организации, которым в довоенное время была поручена охрана существующих геосайтов, прекратили свое существование. Следовательно, они не осуществляют своевременный контроль за состоянием геологических объектов.

5. Часть геосайтов расположена на оккупированной украинскими войсками территории, что делает невозможным их сохранение.

6. Затруднена работа в отношении использования уже разработанных маршрутов, поскольку сохраняется угроза безопасности туристов во время туристических путешествий.

В связи с этим, необходимо разработать комплекс мероприятий, направленных на сохранение ценных геологических объектов в сегодняшних экстремальных условиях. В данной публикации представим некоторые из них.

1. Разработка нормативной базы, регламентирующей природоохранную деятельность в ЛНР.

2. Создание рабочей группы из специалистов-геологов и членов общественных организаций охраны природы, компетентных в геологических вопросах, для осуществления научной и мониторинговой работы в отношении геологических объектов.

3. Разработка актуального реестра геологических достопримечательностей. Это предполагает сбор информации о тех объектах, которые находятся на территории ЛНР и не пострадали от боевых действий.

4. Разработка паспорта каждого геологического объекта и четких индивидуальных инструкций. В инструкции необходимо перечислить все факторы, под влиянием которых объекту может быть нанесен ущерб, а также конкретно обозначить регулярность их обследования.

5. Проведение работы по выявлению новых геологических объектов на территориях, где не велись и не ведутся боевые действия.

6. Выделение узлов, зон геологического туризма и разработка геотуров по территории ЛНР в процессе которых будет осуществляться работа по изучению геосайтов, констатация их экологического состояния.

7. Популяризация знаний о геосайтах путем: введения в школьный курс «Мой родной край» тем «Уникальные достопримечательности Луганщины» и соответствующих экскурсий; разработки и апробирования геотуров, публикаций статей в популярных изданиях и в сети Интернет для широкого круга читателей; организации выставок с использованием фотографий, плакатов, коллекций минералов, горных пород и т. д.

8. Создание эффективной системы охраны и использования геосайтов, для эффективного функционирования которой мы предлагаем следующее:

9. объект должен быть передан в ведение местных органов власти, геологических и экологических служб, а также организаций и предприятий, на землях которых он расположен. Это позволит осуществлять постоянный надзор за его состоянием. Такая работа должна финансироваться за счет госбюджетных средств;

10. не реже одного раза в год все геосайты должны обследоваться группой специалистов. На основании результатов обследования даются дополнительные рекомендации по совершенствованию их охраны.

11. Организацию единой структуры по изучению, надзору и использованию геосайтов в составе специалистов экологической, геологической, туристической и других отраслей, при этом: 1) специалисты-геологи должны выявлять объекты, обосновывать их научное и эстетическое значение, давать рекомендации и проводить работы по улучшению их доступности для восприятия научной ценности; 2) специалисты-экологи должны обеспечивать заповедование территорий и их охрану; 3) специалисты по краеведению и туризму должны организовывать привлечение групп путем популяризации знаний об объектах, обеспечение доступа к геосайтам с целью проведения экскурсий. При этом не допускать ухудшения состояния объектов. Для организации и проведения экскурсий максимально привлекать местные ресурсы: организацию жилья, питания, досуга, обеспечение оргтехникой, связью, транспортом.

Возможно в условиях войны задача сохранения окружающей природы и туристических достопримечательностей не для всех покажется

приоритетной, однако, необходимо понимание того, что война когда-то закончится, а люди на территории где идет война продолжают свою жизнь, качество которой зависит от состояния окружающей среды. Влияние военных действий на экологию мира наиболее активно стало изучаться в 70-80-х годах, в период “холодной войны”, в условиях беспрецедентной гонки вооружений и военных конфликтов. Данная проблема не менее актуальна и сейчас, поскольку последствия военных действий это не только гибель людей, это уничтожение живой и неживой природы, загрязнение воздуха и рек, отравление почв. В связи с этим, работа, направленная на охрану природных и других объектов, является категорически необходимой в экстремальных, военных условиях.

**Сорокіна Г.О. Щодо проблеми збереження туристичних об'єктів в умовах воєнного конфлікту**

*У статті розглянута проблема збереження геологічних пам'яток та обґрунтована необхідність охорони унікальних туристичних об'єктів в екстремальних умовах. Наведено інформацію про результати наукових досліджень геосайтів у довоєнний час, констатується сьогоденний стан роботи щодо інвентаризації, вивчення та збереження геологічних пам'яток Луганського регіону. Розроблено та запропоновано заходи, спрямовані на збереження та популяризацію туристичних об'єктів (геосайтів) в умовах воєнного конфлікту.*

**Ключові слова:** туристичні об'єкти, екстремальний туризм, військовий туризм, ностальгічний туризм, геосайти.

**G. Sorokina To the problem of tourist objects preservation in conditions of military conflict**

*The article considers the problem of preserving geological sights and substantiates the need to protect unique tourist sites in extreme conditions. The information on the results of scientific research of geosites in the pre-war time is provided, the current state of work regarding the inventory, study and preservation of geological monuments of the Luhansk region is stated. Developed and proposed measures aimed at preserving and popularizing tourist sites (geosites) in the context of a military conflict.*

**Key words:** tourist objects, extreme tourism, military tourism, nostalgic tourism, geosites.



**Сухоруков Вячеслав Дмитриевич,**  
доктор географических наук, профессор,  
зав. кафедрой методики обучения  
географии и краеведению  
ФБГОУ ВО «Российский государственный  
педагогический университет им. А.И. Герцена»  
[suhor@herzen.spb.ru](mailto:suhor@herzen.spb.ru)

## ОСНОВЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ СОВРЕМЕННОГО КРАЕВЕДЕНИЯ

*В статье Сухорукова В.Д. «Основы теории и практики современного краеведения» рассматривается сущность и содержание краеведения, повествуется о жизненном пути и научной деятельности профессора Владимира Петровича Буданова, выдающегося педагога, посвятившего свои таланты преподаванию географии и разработке вопросов развития краеведения.*

**Ключевые слова:** краеведение, внешний мир, человеческое общество, практическое руководство по изучению своего края.

Важнейшей особенностью познания внешнего мира является его *интенциональность*, то есть направленность на какой-либо предмет. Поэтому центральное положение в конкретных исследованиях пространства всегда отводится проблеме сущности «места». При этом «место» идентифицируется с реальностью и рассматривается в качестве центра человеческого опыта определенной территории [4].

Указанный императив лежит в основе предмета *краеведения* как всестороннего знания локальной жизненной среды – того «мира в миниатюре», где происходит действительное пребывание людей.

**Краеведение для человека.** Понятие «краеведение» появилось в научной литературе относительно недавно. Однако корни краеведения уходят в глубокую древность. Задачи познания своего края, несомненно, стояли перед первобытными охотниками, пастухами и земледельцами, позже торговцами и предпринимателями, ибо от этих знаний зависела успешность их труда. По мере роста и развития человеческого общества возникла необходимость в закреплении накопленных сведений об окружающей жизни. Эти знания постепенно обретали популярность и стали появляться инициативные люди, изучающие территорию своего проживания, доступную непосредственному наблюдению и обследованию. Само понятие «краеведение» оформилось тогда, когда указанные исследования стали самостоятельным занятием.

Систематические работы краеведческого характера в России были начаты Академией наук в XVIII в. при составлении первого атласа Российской империи. В дальнейшем развитие краеведения обеспечивали многочисленные общественные организации, появившиеся в стране - «Вольное экономическое общество», «Общество любителей истории и древностей российских», «Общество любителей естествознания, антропологии и этнографии», «Русское географическое общество». Из них особенно много для развития краеведения сделало Русское географическое общество [1, с. 8].

В новое время в России почти повсеместно создавались общества по изучению местного края. Данная практика была продолжена и усилена в советский период, когда краеведение стало массовым движением, направленным на познание своего края с целью повышения кругозора народных масс и благосостояния территории [1, с. 8-11].

Нынешнее краеведение в целом сохраняет накопленный потенциал и продолжает успешно выполнять исследовательские, рекреационные, пропагандистские и учебно-воспитательные функции.

Современное краеведение охватывает все стороны окружающей жизни изучаемого пространства. Поэтому потребность в комплексном познании своей местности решается с помощью многих исследовательских направлений, в которых заняты не только специалисты, но и энтузиасты. Тем временем, единственной наукой, имеющей синтетический характер, требующийся краеведению, является *география*. Следовательно, краеведение только тогда становится комплексным, когда в его основе находятся «географические принципы изучения действительности» [1, с. 14]. Отсюда вытекает, что по своему существу истинный краевед должен быть, прежде всего, географом в подлинном смысле этого слова [1, с. 12].

По организационным формам современное краеведение в России делится на *государственное, общественное и школьное* [2].

На государственном уровне координация краеведческой деятельности возлагается на управления и отделы культуры при местной администрации. Исследования края осуществляют научные организации, преподаватели и студенты вузов, государственные краеведческие музеи, библиотеки. Они занимаются разработкой теории краеведения, планированием и проектированием необходимых работ, созданием новых экспозиций и музеев, возрождением культурных ландшафтов, ведут просветительскую деятельность, организуют выставки, проводят экскурсии, читают лекции для населения, издают книги, брошюры, плакаты, справочную литературу. В обязанности государственного краеведения входит также пропаганда краеведческих знаний через средства массовой информации. Собранные государственными структурами специализированные материалы позволяют проводить более масштабные научные изыскания, делать обобщения и выводы.

Общественное краеведение представлено Русским географическим обществом и другими организациями и объединениями краеведов. Наиболее значительными общественными организациями здесь являются Всероссийское общество охраны памятников истории и культуры, Всероссийское общество охраны природы, Российский фонд культуры и др. Общественное краеведение представлено также народными музеями, добровольными сообществами, кружками при домах культуры и местными краеведческими товариществами. Задачами общественного краеведения считается изучение уникальных объектов и местной топонимики, культуры и быта населения, диалектов и фольклора, преданий, воспоминаний старожилов и др.

Школьное краеведение является частью системы образования в стране и помогает изучению географии, истории, биологии, химии и других общеобразовательных дисциплин. Кроме программной (классно-урочной) формы школьное краеведение представлено и внепрограммным (внеклассным и внеурочным) направлением, дополняющим учебно-образовательный процесс. Под руководством краеведческих организаций и педагогов школьники участвуют в экспедициях и экскурсиях, обследуют уникальные объекты, проводят анкетирование населения, изучают историю и экономику края. Накопленная информация, экспонаты и коллекции служат основой для создания школьных краеведческих музеев и уголков. Выполняя учебные функции, школьное краеведение также играет существенную роль в реализации гражданского и патриотического воспитания обучающихся.

**Человек для краеведения.** В свое время *К.Д. Ушинский* с сожалением отмечал особенность русского народа - недостаточное знакомство со своим краем. Мысль о необходимости изучения своей малой Родины сознавалась и высказывалась передовыми людьми давно. Однако реализация этой идеи потребовала времени, серьезных интеллектуальных и организационных усилий многих ученых, педагогов и творческих личностей.

Среди наиболее известных краеведов-географов нашей страны по праву выделяется профессор *В.П. Буданов*, который считается одним из основателей современного отечественного краеведения [3].

*Владимир Петрович Буданов* (10.05.1872-17.03.1940) родился в семье землемера-таксатора в поселке Немиров Подольской губернии, ныне городе в Винницкой области Украины. Рано оставшись без отца, он вынужден был уже в гимназистские годы добывать средства для существования репетиторством и, видимо, тогда стал задумываться о профессии педагога. После окончания гимназии он поступает в военное училище и начинает службу в Русской армии, где его интерес к научной и педагогической деятельности находит реальное воплощение. Вскоре молодой офицер становится слушателем Николаевской Академии Генерального штаба, располагавшейся в С.-Петербурге.

После окончания Академии в 1903 г. он направляется в распоряжение военно-учебного управления, где начинается его карьера военного педагога-географа. В 1911 г. он получает назначение в знаменитый *Николаевский* кадетский корпус (С.-Петербург) и служит в нем до его закрытия в 1918 г. В столице он также читает лекции в гражданских учебных заведениях и быстро получает широкую известность в научно-педагогических кругах.

В августе 1918 г. *В.П. Буданов* по семейным обстоятельствам был вынужден перебраться в Киев. Там он преподает во многих учебных заведениях Наркомпроса УССР, ведет большую организаторскую и общественную работу.

В сентябре 1925 г. *В.П. Буданов* был избран профессором Ленинградского государственного педагогического института им. А.И. Герцена. В Герценовском институте достигает пика и завершается его профессиональная биография. В ЛГПИ им. А.И. Герцена он трудится до 1938 г., занимая с 1926 г. должность заведующего кафедрой физической географии. В этот период *В.П. Буданов* также активно сотрудничает с учителями школ, ведет лектории, курсы усовершенствования, организует научные конференции, издает популярную, учебную и программно-методическую литературу. Весьма скоро он становится наиболее авторитетным специалистом среди педагогов-географов Ленинграда и всей страны.

Профессор *В.П. Буданов* оставил глубокий след в развитии методики преподавания географии, но также теории и практики краеведения.

В конце 1920-х гг. *В.П. Буданов* в соавторстве с *В.Г. Эрдели* (специалист в области методики преподавания географии; кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой методики преподавания географии МГПИ им. В.И. Ленина) публикует весьма объемное «Практическое руководство к изучению своего края». Авторы объясняли свой труд тем, что в СССР тогда ощущался недостаток научных сил при огромной территории и поэтому возникла острая необходимость «изучать отдельные части своей страны на местах силами местных жителей и местных исследователей. В 1927 г. в Советском Союзе насчитывалось почти 2 тысячи краеведческих учреждений (общества, кружки, музеи и другие организации), которые нуждались в научно-консультационной поддержке. При этом на первом плане краеведческой работы находились школьные учителя. Учитывая данные обстоятельства, составители руководства обозначили свою работу как *педагогические курсы на дому*. Они доходчиво объясняли широкому читателю, что такое «край» и «краеведение», какими должны быть первые шаги в краеведении, как следует изучать природу, население и хозяйство края, что необходимо делать для организации местных музеев и периодических выставок.

В списке творческого наследия ученого имеются также другие оригинальные труды краеведческого характера: рассказ из китайского быта

(1914), краеведение и географические экскурсии, краеведение в педагогической переподготовке учителей (1925), географическое изучение города, вопросы краеведения в школе (1926), географические описания Гималаев, Южной Америки, Северо-Американских прерий (1930).

Всякая краеведческая работа состоит в выявлении индивидуальной специфики изучаемой территории, в установлении тех типичных особенностей, которыми отличается данная местность. Изучение своей республики, края, области, района, то есть, краеведение является важнейшим фактором воздействия на личность, стимулирующим развитие познавательных способностей человека, его гражданственности и патриотизма. Краеведение создает условия для организации многовидового туризма.

### Литература

**1. Буданов В.П., Эрдели В.Г.** Практическое руководство к изучению своего края. – М.: Работник Просвещения, 1929. – 233 с. **2. Краеведение.** [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> - Заголовков с экрана. Дата обращения: 22.02.2018. **3. Соломин В.П., Сухоруков В.Д.** Географическое мышление как самосознание личности (к 145-летию со дня рождения профессора В.П. Буданова) / География: развитие науки и образования. Часть I. Коллективная монография. – СПб. : Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2017. – 364 с. – С. 8-15. **4. Сухоруков В.Д.** Географическое пространство как принцип созерцания // География в школе. – 2009. – №7. – С.35–39.

#### **Сухоруков В.Д. Основи теорії і практики сучасного краєзнавства**

*У статті Сухорукова В.Д. «Основи теорії і практики сучасного краєзнавства» розглядається сутність і зміст краєзнавства, розповідається про життєвий шлях і наукової діяльності професора Володимира Петровича Буданова, російського педагога, який присвятив свої таланти викладання географії та розробці питань розвитку краєзнавства.*

**Ключові слова:** краєзнавство, зовнішній світ, людське суспільство, практичний посібник з вивчення свого краю.

#### **V. Suhorukov Fundamentals of theory and practice of modern Local Studies**

*In the V.D. Sukhorukov's article "Fundamentals of theory and practice of modern Local Studies" discusses the essence and content of local studies, tells the story of the life and scientific activities of Professor Vladimir Petrovich Budanov, a Russian teacher who devoted his talents to teaching geography and developing of local studies.*

**Key words:** local studies, external world, human society, practical guide to studying their own region.

**Трегубенко Елена Николаевна**  
доктор педагогических наук, профессор, ректор  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»  
[entregubenko@mail.ru](mailto:entregubenko@mail.ru)

## **ОРГАНИЗАЦИЯ ПРИРОДООХРАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ: ИСТОРИЯ И ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ**

*В статье актуализируется проблема организации деятельности школьников по охране природы родного края. Освещаются характерные формы организации природоохранной деятельности обучающихся на различных этапах формирования системы отечественного образования. Раскрываются перспективные направления развития и оптимизации природоохранной деятельности школьников в своем регионе.*

**Ключевые слова:** природоохранная деятельность школьников, природа родного края, историко-педагогический подход.

Интенсивное экономическое развитие Луганщины неразрывно связано с существованием сложных проблем в области охраны окружающей среды и природопользования, решение которых напрямую зависит от сформированности гармоничного мировосприятия и экологического мышления общества. Отечественной школой накоплен значительный опыт в области организации деятельности подрастающего поколения по изучению, преобразованию и охране природы родного края. Его изучение на основе историко-педагогического подхода поможет выделить характерные особенности этого процесса на различных этапах формирования системы отечественного образования, раскрыть значение охраны природы родного края в формировании мировоззрения, интеллектуальной, нравственной и эмоционально-волевой сфер обучающихся.

Активное привлечение школьников к природоохранной деятельности началось в 20-х гг. XX века, что связано со значительной активизацией работы органов власти, научных и краеведческих организаций по осуществлению мероприятий в области изучения и сбережения природы страны. В 1919 году при Главнауке Народного комиссариата просвещения (Наркомпроса) была учреждена Временная комиссия по охране природы. Декретом ВЦИК и СНК РСФСР от 5 октября 1925 года на базе этой комиссии организован Межведомственный государственный комитет

по охране природы, комиссии по охране природы в каждом округе, при всех краеведческих бюро; выданы соответствующие законодательные акты. В печати появилось значительное количество статей, освещавших различные аспекты природоохранной деятельности, раскрывавших роль и задачи краеведческих организаций, школы, населения в сохранении природных богатств и реализации правительственных законов и положений об охране природы: «Изучая свою землю, дети попутно, без особой затраты сил, могут составить инвентарь того, что заслуживает охраны, а вместе с тем могут проследить, чтобы такие объекты действительно охранялись учреждениями, на которые наши современные законы возлагают такую обязанность. Трудно представить себе на местах лиц, более заинтересованных и компетентных в подобных вопросах, чем местные краеведы» [1, с. 499].

Одними из активных форм природоохранной работы в своей местности, к которым активно привлекались школьники, были тематические компании, которые проводились органами образования и общественными организациями. В рамках этих тематических компаний осуществлялся комплекс природоохранных мероприятий. Так, в 1925 г. была объявлена всесоюзная «Неделя леса», с целью обеспечения эффективности которой НКО создал в районах при райземотделах комиссии «с привлечением в их состав сельских хозяйств и сельских школ, сельскохозяйственных кружков и других заинтересованных организаций» [6, с. 107].

Наиболее распространенной формой природоохранной деятельности в советской школе, начиная с 20-х гг. XX века, была общественно полезная деятельность учащихся, которую педагоги рассматривали как «одно из основных требований советской педагогики» [3, с. 60] и средство всестороннего развития, самореализации школьников, приобретения ими значимых для общества социальных и трудовых умений и навыков. Общественно полезная деятельность как форма организации природоохранной работы была направлена на решение экологических, экономических, социальных, культурных и других вопросов развития региона и представлена участием школьников в мероприятиях по выявлению, рациональному использованию и охране природных ресурсов, работой в местных сельскохозяйственных предприятиях, агитационной и просветительской деятельностью школьников.

Массовую работу по изучению и охране местной природы ученики осуществляли под руководством областных и районных отделов Министерства образования, Общества охраны природы, местных краеведческих организаций. Школьники принимали активное участие в изучении местных сортов деревьев и плодово-ягодных культур с целью выявления среди них лучших форм для размножения и культивирования, высадки их в пределах лесозащитных полос,

на склонах оврагов, озеленении школ, местных учреждений, улиц, скверов; заготовке лекарственного сырья; уборке плодов дикорастущих ягодных кустарников и фруктовых деревьев; привлечении и охране диких полезных птиц и зверей; проведении разъяснительной работы по предупреждению случаев халатного отношения к природным ресурсам и их использованию, нарушений правил охраны природы.

В динамике видов общественно полезной работы школьников в крае ведущую роль играли постановления и резолюции партии и правительства по исследованию и использованию природных ресурсов страны, определявшие направления и формы краеведческой деятельности, степень методической активности учителей-практиков и работников внешкольных учреждений. Так, в результате принятия постановления «О плане полезащитных лесонасаждений, строительства прудов и водоемов для обеспечения высоких устойчивых урожаев в степных и лесостепных районах Европейской части СССР» от 20 октября 1948 года, названного Сталинским планом преобразования природы и определенном как «документ, который должен стать объектом ежедневного, систематического изучения в школе и одним из средств формирования материалистического мировоззрения и воспитания советского патриотизма нашей молодежи» [7, с. 15], активизировалась деятельность школьников по: наблюдению за овражной эрозией, борьбой с ростом оврагов и анализу возможностей устройства в них прудов; участию в создании на полях местных колхозов и совхозов полезащитных лесных полос; изучению заболоченных луговых участков с целью их осушения и освоения; исследованию водохранилищ с целью определения возможности их использования для орошения сельскохозяйственных земель и разведения в них рыбы.

В конце 50-х – начале 60-х годов XX века с целью массового включения детей и молодежи в природоохранную деятельность в стране появляются новые формы организации этой работы – всесоюзные и республиканские экспедиции и эстафеты пионеров и школьников, которые, в связи с усилением требований общеобразовательной школы к качеству обучения, реализовывали комплекс дидактических задач – повышение уровня умственного развития школьников, формирование у них практических умений и навыков самостоятельной познавательной деятельности. Так, популярным массовым мероприятием по изучению, охране и обогащению природы родного края стала Республиканская эстафета пионеров и школьников «За ленинское отношение к природе». Она проводилась с 1967 по 1984 г. при содействии Министерства образования, ЦК ЛКСМ, Общества охраны природы и Центральной станции юных натуралистов с целью выполнения правительственных постановлений по улучшению работы средней общеобразовательной школы и внешкольных детских учреждений и зачастую была приурочена



к значимым политическим датам. Основной задачей эстафеты было: «На конкретных местных примерах показать неисчерпаемость богатств родной природы, доказать, что люди, глубоко познавая ее законы, правильно применяя их, могут и должны приумножать эти богатства» [4, с. 19]. В рамках проведения эстафеты для учащихся школ организовывались экскурсии и походы по родному краю, их привлекали к общественно полезному труду по охране местной природы, дети собирали и оформляли краеведческие материалы в виде дневников путешествий, дорожных бюллетеней, фотоальбомов, альбомов рисунков, коллекций, гербариев, разрабатывали маршруты путешествий родным краем.

Итоги краеведческой работы школьников подводили на туристско-краеведческих слетах, которые проводили как в рамках одной школы, так и среди юных краеведов города, района, области, республики, союза. Программа слетов юных краеведов, включала: подведение итогов этапов краеведческих экспедиций и эстафет школьников; проведение соревнований по туристскому многоборью, спортивному ориентированию, различных конкурсов, освещающих знания, умения и навыки школьников по краеведению и технике туризма; организацию краеведческих выставок, экспонатами которых были экспозиции материалов экскурсий и походов, фотографии, любительские фильмы, рассказы природоохранной тематики [5, с. 22 – 26].

Задачи и содержание природоохранной деятельности школьников в регионах определялись в соответствии с правительственными постановлениями, принятыми с целью улучшения охраны природы и рационального использования природных ресурсов в стране: «О мерах по упорядочению, использования и усилению охраны водных ресурсов СССР» (1960), «О неотложных мерах по защите почв от ветровой и водной эрозии» (1967), «Об улучшении охраны лесов от пожаров и защиты от вредных насекомых и болезней» (1968), «О мерах по усилению охраны рыбных запасов в водоемах СССР» (1969), «О мерах по дальнейшему улучшению охраны природы и рационального использования природных ресурсов» (1972), «Об усилении охраны природы и улучшения использования природных ресурсов» (1972), «О мерах по улучшению организации работ по защите почв от ветровой и водной эрозии» (1975), «О дополнительных мерах по усилению охраны природы и улучшению использования природных ресурсов» (1978), «Об охране атмосферного воздуха» (1980), «Об охране и использовании животного мира» (1980), «Об усилении охраны малых рек от загрязнения, засорения и истощения и о рациональном использовании их водных ресурсов» (1980) и др.

В связи с принятием правительственных постановлений Министерство образования проводило работу по их разъяснению; определяло необходимым улучшить преподавание естественных наук в учебных заведениях, акцентировало внимание на необходимость

во время усвоения знаний особое внимание обращать на вопросы охраны природной среды, рационального использования природных ресурсов. Организовывались факультативные курсы по охране природы; определялись возможности привлечения учащихся к природоохранной деятельности; разрабатывались планы проведения мероприятий по изучению и охране природы своей местности; шла работа по обобщению и популяризации передового опыта природоохранной деятельности учащейся молодежи; активизировалась пропаганда охраны природы среди населения. Школьники участвовали в таких видах природоохранной деятельности края, как:

- изучение режима, состава воды местных гидрологических объектов, разработка возможностей их хозяйственного использования, выявления источников загрязнения местных поверхностных и подземных вод, согласование мер по борьбе с загрязнениями с соответствующими организациями;

- изучение оврагов и участие в борьбе с их ростом, проведение работы по закреплению песков, склонов балок;

- выявление эродированных земельных участков колхозов и совхозов, борьба с эрозией почвенного покрова, участие в работе по охране почв;

- помощь в создании водозащитных насаждений, лесопосадок вдоль грунтовых и шоссейных дорог;

- изучение и охрана редких растений, памятников природы;

- выявление очагов повреждения растительных сообществ болезнями, вредителями и своевременное оповещение об этом руководителей соответствующих предприятий;

- выращивание на учебно-опытном участке местных растений, охраняемых законом;

- подкормка диких полезных животных;

- охрана и привлечение птиц, создание птичьих городков;

- уборка замусоренных территорий рекреационных зон (лесных и парковых зон, побережья рек, водохранилищ, озер, мест выхода на поверхность подземных вод);

- создание в школах лекторских групп, организация семинаров по изучению, охране и рациональному использованию природных ресурсов края;

- просветительская работа среди населения.

Особенностью общественно полезной деятельности школьников по охране природы края была не эпизодичность мероприятий, а попытка системного подхода к их организации и проведению: «Отдельные мероприятия, если они не являются звеньями в систематической, ежедневной природоохранной работе и не связаны единой воспитательной целью, не развивают у школьников настоящей любви к природе » [2, с. 58].

Мероприятия по охране природы входили в годовой план воспитательной работы школы и были представлены:

- сбором семян (конкурс между классами на лучший сбор семян; беседы о необходимости подкормки птиц; заготовка семян с учащимися всех классов; осенние экскурсии в лес);
- борьбой с насекомыми-вредителями (уничтожение яйцекладок непарного шелкопряда на улицах, закрепленных за школой, в лесопаркхозе; работа по борьбе с вредителями сельского хозяйства на школьном и приусадебных участках);
- посадкой деревьев и кустарников (высаживание растений; подбор литературы и организация выставок книг о жизни леса и сада; выпуск школьной стенгазеты, посвященной охране природы; проведение вечеров, посвященным «зеленому другу»);
- подкормкой птиц в лесопаркхозе садах, на приусадебных участках, подоконниках;
- конкурсом весенней встречи птиц (изготовление, чистка и ремонт искусственных гнездовий для птиц, их развешивание в лесопаркхозе и на приусадебных участках; выпуск стенгазеты, посвященной практической работе по охране природы, проведенной школьниками);
- весенне-летними работами в лесопаркхозе (массовый сбор майских жуков; учет заселенности развешенных скворечников; наблюдения за заселением дуплянок и других гнездовий; уход за лесокультурами и подготовительные работы к осенним посадкам леса);
- организацией выставок посвященных охране природы, проведение по ней экскурсий с учащимися всех классов;
- работой по вовлечению учащихся в юношескую секцию общества содействия охране природы [8, с. 58 – 60].

Природоохранные мероприятия обеспечивали не только формирование естественнонаучных знаний учащихся, понимание ими целостности природной среды, взаимосвязи и взаимообусловленности природных компонентов, зависимости жизнедеятельности человека от природных условий и ресурсов своей местности, но и способствовали мотивации природоохранной деятельности, глубокой идейности этого процесса, развитию эмоционально-волевых качеств личности школьников.

Анализ истории развития процесса организации природоохранной деятельности обучающихся в отечественной школе позволяет выделить ряд направлений оптимизации этой работы в современной школе.

Значимым является обеспечение системного подхода к организации природоохранной деятельности в образовательных учреждениях. Эта работа должна быть не эпизодичной, а представлять собой систему мероприятий, направленных на формирование природоохранных знаний,

взглядов и убеждений детей, умений осуществлять различные виды деятельности по охране природы края.

Особое внимание педагогу в процессе организации природоохранной деятельности необходимо уделять активным формам и методам работы – наблюдениям, опытам, различным видам моделирования природных процессов, выполнению конструктивных и творческих заданий, решению реальных проблемных ситуаций, имитационным и ролевым играм, проективной деятельности, практическим работам на местности, работе на пришкольной исследовательской площадке, – которые могут способствовать гармонизации отношений личности с природной средой, обеспечить удовлетворение образовательных потребностей учащихся, развитие их ценностно-мотивационной сферы, активизацию духовного и творческого потенциала школьников, реализацию потребностей учащейся молодежи в профессиональном самоопределении.

Эффективность организации деятельности школьников в области охраны природы родного края напрямую зависит от научно-методического обеспечения этого процесса. Сегодня школе необходима литература по обоснованию видов и содержания природоохранной деятельности, методические рекомендации по ее организации и осуществлению, программы в области охраны природных компонентов края.

Эффективным средством развития и поддержки опытно-экспериментальной и природоохранной краеведческой работы школ, на наш взгляд, может стать возрождение традиций проведения массовых региональных природоохранных мероприятий – экспедиций, эстафет, тематических компаний, которые будут способствовать повышению практической и прикладной направленности школьного краеведения, развитию социальной активности подрастающего поколения, формированию у школьников любви к родному краю.

Комплексный подход к реализации педагогического потенциала природоохранной деятельности в практике образовательных учреждений, адаптация этой формы организации изучения и рационального использования природы края к условиям реформирования педагогического процесса современной школы должен стать приоритетным направлением совершенствования системы краеведческой работы обучающихся.

#### Литература

- 1. Васильковский П.Е.** Хроника охраны природы, памятников искусства, быта и старины / П.Е. Васильковский // Краеведение. – 1929. – № 6. – С. 305 – 310.
- 2. Воїнственський М.О.** Охорона природи / М.О. Воїнственський, С.М. Стойко. – К.: Рад. шк., 1977. – 142 с.
- 3. Мельников М.И.** Сельскохозяйственный труд школьников / М.И. Мельников // Советская педагогика. – 1941. – № 11– 12. – С. 60 – 65.
- 4. Положення про естафету піонерів і школярів Української РСР** «За

ленінське ставлення до природи», присвячену 50-річчю Всесоюзної піонерської організації імені В.І. Леніна // Збірник наказів та інструкцій Міністерства освіти Української РСР. – 1971. – № 9 – 10. – С. 18 – 25. **5.** Про наслідки проведення XI Республіканського зльоту юних туристів-краєзнавців, присвяченого підведенню підсумків I етапу експедиції школярів «В країну знань», оголошеного на честь 100-річчя з дня народження В.І. Леніна // Збірник наказів та інструкцій Міністерства освіти Української РСР. – 1969. – № 21. – С. 22 – 26. **6.** Про чергові заходи щодо проведення компанії «Тижня лісу» // ЦДАВОВ, ф. 166, оп. 7, од. зб. 435, арк. 107. **7. Русаков М.Г.** Сталінський план перетворення природи в системі викладання географії / М.Г. Русаков // Географія в школі: метод. зб. / за ред. О.Т. Діброви. – Вип. II. – К., 1950. – С. 3 – 18. **8. Суслів В.В.** Шкільний план по охорані природи / В.В. Суслів // Біологія в школі. – 1958. – № 6. – С. 58 – 60.

***Трегубенко О.М.* Організація природоохоронної діяльності школярів з: історія й шляхи оптимізації**

*У статті актуалізується проблема організації діяльності школярів з охорони природи рідного краю. Висвітлюються форми організації природоохоронної діяльності учнів на різних етапах формування системи вітчизняної освіти. Розкриваються перспективні напрямки розвитку та оптимізації діяльності школярів з охорони природи рідного краю.*

**Ключові слова:** природоохоронна діяльність школярів, природа рідного краю, історико-педагогічний підхід.

***E. Tregubenko* Organization of scholars' nature protection activities at the native shore: history and optimization approaches**

*In the article, the issue of the organization of scholars' nature protection activities has been raised. The distinctive forms of organization of pupils' nature protection activities at various points of domestic educational system-building have been elucidated. The perspective approaches to development and optimization of the organization of scholars' activities in the field of environmental protection of native shore have been unraveled.*

**Key words:** nature protection activities of pupils, native shore nature, historical and educational approach.

**Шепилова Валентина Григорьевна,**  
кандидат экономических наук, доцент,  
заведующий кафедрой туризма  
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной  
службы при Главе Донецкой Народной Республики»  
[shepilova200848@mail.ru](mailto:shepilova200848@mail.ru)

**Дубровская Наталья Ивановна,**  
старший преподаватель кафедры туризма  
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной  
службы при Главе Донецкой Народной Республики»  
[dubrovskaya.nataly@mail.ru](mailto:dubrovskaya.nataly@mail.ru)

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

*В статье дана оценка туристской деятельности в регионе. Рассматриваются проблемы развития внутреннего туризма как важного фактора экономики и пути их преодоления.*

**Ключевые слова:** туристская деятельность, внутренний туризм, рекреационные ресурсы, социально-культурный потенциал региона.

Туризм является одним из наиболее развивающихся отраслей мировой экономики. Развитие туризма в регионе позволяет сформировать механизм эффективного использования рекреационных ресурсов, социально-культурного и производственного потенциала региона.

В связи с нестабильной геополитической обстановкой население республики находится в условиях военной опасности и не имеет возможности посетить ранее доступные места рекреации и туризма. Решение проблем по формированию основных направлений развития внутреннего туризма являются актуальными и позволят сделать внутренний туризм доходной составляющей экономики региона и создать образ Донецкой Народной Республики как привлекательной туристской территории.

Вопросам развития внутреннего туризма посвящены ряд научных работ [1; 2; 3]. С.А. Быстров рассматривает важность внутреннего туризма для социально-экономической системы страны и ее регионов. В работе исследован механизм управления и координации развития внутреннего туризма на государственном уровне, рассмотрены методы поддержки и стимулирования развития внутреннего туризма и предложены меры по дальнейшему усилению развития внутреннего туризма как стратегически важного направления государственной политики в области туризма.

стрии [1]. По утверждению Н.К. Сердюковой [2] для повышения вклада туризма в экономику и занятость населения необходимо проводить целенаправленную политику в области развития туризма на государственном уровне, координировать усилия участников туристского рынка и органов власти для достижения поставленных целей. При анализе перспектив развития туризма А.Ю. Громаков отмечает наличие в Донецкой Народной Республике достаточного потенциала туристско-рекреационных, промышленных, интеллектуальных ресурсов, необходимых для удовлетворения потребностей туристов [3].

Программа развития внутреннего туризма в регионе должна представлять собой взаимосвязанную по выбранной стратегии, срокам и ресурсам совокупность государственных задач, отдельных проектов организационного, правового, экономического характера, обеспечивающих эффективное решение данной проблемы. В 2015 г. под руководством Министерства молодежи, спорта и туризма ДНР с привлечением специалистов образовательных учреждений была разработана концепция развития туризма, целью которой является создание благоприятных условий для формирования эффективного конкурентоспособного туристического рынка. В соответствии с поставленной целью одной из первоочередных задач концепции является разработка законодательной базы в сфере туризма в соответствии с нормами и принципами международного права, а также в соответствии с рекомендациями ЮНВТО. В настоящее время разработан проект Закона Донецкой Народной Республики «Об основах туристской деятельности», который находится на стадии согласования. Кроме того, Постановлением Совета Министров ДНР от 25 июня 2016 г. введен в действие Временный порядок ведения Республиканского реестра туристических агентств ДНР. По данным Министерства молодежи, спорта и туризма ДНР количество туристских компаний в реестре предприятий туристического бизнеса по состоянию на 1 января 2018 г. составляет 54. Общее количество мест в коллективных средствах размещения (гостиницы, пансионаты, базы отдыха) составляют 4921 на начало 2017 г., что на 34,7% выше, чем в 2016 г. Собственные туроператоры в республике отсутствуют, что затрудняет повышение эффективности предоставляемых услуг в сфере туризма.

Мировая практика свидетельствует, что система страховой защиты имущественных интересов субъектов туристской предпринимательской деятельности включает такие направления как страхование рисков туристов и страхование рисков туристских организаций. Страхование рисков туристов состоит из таких видов страхования как медицинское страхование, страхование от несчастных случаев, страхование ответственности, страхование имущества туристов, страхование туристов от невыезда. Страхование рисков туристских организаций предусматривает страхование имущества, ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору

[4]. При неисполнении обязательств, пострадавшие туристы вынуждены обращаться в турагентства, которые продали им тур, а тем, в свою очередь, приходится решать эти проблемы самостоятельно и за свой счет. Отсутствие законодательной базы защиты рисков в сфере туризма не позволяет создать полноценную и эффективную систему реализации туристских услуг в республике, поскольку турагентам приходится работать в условиях ограниченного правового поля.

Важным шагом в развитии рынка туристических услуг региона является сотрудничество сети турагентств Российской Федерации «Розовый слон» с турагентами Донецкой Народной республики. Сеть туристических агентств «Розовый слон» является лидером продаж туров на юге РФ у всех туроператоров по всем направлениям и предлагает сотрудничество с турагентами Донецкой Народной Республики как на основе договора франчайзинга, так и через центр бронирования по независимой программе развития. По договору франчайзинга «Розовый слон» оказывает всестороннюю поддержку турагентам в процессе совместного сотрудничества. В сложившейся ситуации к преимуществам работы турагентств по договору франчайзинга является отсутствие вступительного паушального взноса и ежемесячных платежей, единая маркетинговая политика, рекламная, юридическая и бухгалтерская поддержка, помощь в подготовке кадров, защита интересов в случае конфликтных ситуаций. Кроме того, «Розовый слон» гарантирует повышенную комиссию (до 15%) по турпродуктам всех ведущих туроператоров РФ, а также гарантию возврата 80% стоимости тура в случае возникновения непредвиденных обстоятельств [ 5].

Туристский потенциал республики позволяет формировать и реализовывать разнообразные туры в сфере культурно-познавательного, активного, сельского, рекреационного, промышленного туризма, ориентированные на различные возрастные группы и целевые аудитории [6].

Наличие социально-экономических рекреационных ресурсов (памятники культуры, искусства, истории, парки, музеи) имеет большое общественно-воспитательное значение, вызывают познавательный интерес, обеспечивает возможность населению сменить окружающую среду с целью наиболее полного и информационно насыщенного психофизиологического восстановления личности.

Важную роль для социального развития региона играет развитие промышленного туризма, основной целью которого является повышение туристического имиджа региона, ознакомление с производственными технологиями промышленных предприятий, проведение профориентационной работы (для школьников и студентов), получение доходов от проведенных экскурсий при наличии на предприятиях и в музеях сувенирных магазинов. Анализ и оценка перспективных направлений использования потенциала бывших промышленных предприятий, имеющих заброшен-



ные территории, предлагается на базе «законсервированных» предприятий создавать туристско-рекреационные объекты [7].

Событийный туризм позволит укрепить имидж региона на внутреннем и внешнем рынках, создаст импульс для развития туристской инфраструктуры, привлечения туристских потоков в регион. Проведение таких фестивалей как международный фестиваль звезд мирового балета, международный фестиваль кузнечного мастерства и др. также могут послужить целям рекреации.

Выход к Азовскому морю и наличие комплекса таких факторов, как лечебные свойства воды, лечебные грязи, наличие минеральных веществ, насыщенный йодом морской воздух, дает предпосылки для формирования курортной зоны республиканского значения и дальнейшего развития санаторно-оздоровительного туризма.

Для развития активного туризма на территории Республиканского ландшафтного парка «Зуевский», есть возможность заниматься альпинизмом, скалолазанием, горным туризмом, дельтапланеризмом, греблей на байдарках и каноэ.

В рамках развития внутреннего туризма может успешно развиваться социальный туризм в интересах широких слоев населения при достаточной поддержке государства. Социальный туризм, как правило, обеспечивает возможность удовлетворения потребностей в турпродукте массовых слоев населения. Разработка и реализация социальных программ в рамках государственной программы развития внутреннего туризма для социально незащищенных групп населения может рассматриваться как интенсивный фактор воспроизводства рабочей силы, роста культурного уровня трудящихся и всестороннего развития личности.

Следовательно, наличие туристско-рекреационного потенциала в Донецкой Народной Республике свидетельствует о возможности и перспективах развития действенного внутреннего туризма. Для этих целей в рамках стратегии развития внутреннего туризма требуется решение следующих вопросов: государственная поддержка внутреннего, социального туризма на законодательном уровне; создание имиджа региона как территории, благоприятной для развития туризма; обеспечение прав и безопасности туристов, страховая защита субъектов туристской индустрии. Разработка и реализация стратегии развития внутреннего туризма создаст условия для возможности повышения доли туризма в валовом внутреннем продукте ДНР. За счет мультипликативного эффекта туристская индустрия может обеспечить рост уровня и качества жизни населения путем увеличения доступности туристских услуг, занятости и доходов жителей региона. Кроме того, внутренний туризм, станет основой патриотического воспитания и одним из реальных инструментов оздоровления населения.

## Литература

- 1. Быстров С. А.** Внутренний туризм как стратегически важное направления развитие туристского рынка РФ. [Электронный ресурс] / С.А.Быстров // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 15. – С. 966–970. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ekconcept.ru/2016/96108.htm>. **2. Сердюкова Н.К.** Внутренний туризм: актуальные вопросы управления и развития / Н.К.Сердюкова// TerraEconomicus/ - 2009. – вып. 3-3, том7. с. 144-146. **3. Громаков А.Ю.** Основные ресурсы туристской отрасли Донецкой Народной Республики/ А.Ю.Громаков // Современные тенденции развития туризма и индустрии гостеприимства [Текст]: Материалы I Междун. научн.-практ. конф. 26-28 апреля 2017г., г. Донецк / Минмоспорттуризма ДНР, Донец. Нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского; [редкол.: Азарян Е.М. (предс. оргком). и др.]. – Донецк: [Минмоспорттуризма, ГО ВПО «ДонНУЭТ»], 2017. – с. 139-142. **4. Толкачева О.П.** Особенности страхования в отрасли туризма /О.П. Толкачева О.П., К.А. Джобинашвили // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2011. № 3. С.155-158. **5. Гусак А.С.** Применение PR-технологий в туризме на региональном уровне / А.С.Гусак //Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов: материалы межд. науч.-практ. конф., 25-26 октября, 2017, г. Донецк / ГОУ ВПО «ДонАУиГС».–Донецк: ДонАУиГС, 2017. – С. 274–276. **6. Гусак А.С.** Стратегия развития внутреннего туризма в регионе / А.С.Гусак, В.Г. Шепилова // ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики». Сборник научных работ серии«Экономика». Вып. 2 (6): Актуальные проблемы управления экономическими системами / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2017. – С. 145-154. **7. Антонец В.Г.** Направления развития промышленного туризма в Донецком регионе / В.Г.Антонец // Современные тенденции развития туризма и индустрии гостеприимства [Текст]: Материалы I Междун. научн.-практ. конф. 26-28 апреля 2017 г., г. Донецк / Минмоспорттуризма ДНР, Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского; [редкол.: Азарян Е.М. (предс. оргком). и др.]. – Донецк: [Минмоспорттуризма, ГО ВПО «ДонНУЭТ»], 2017. – с. 126-130.

**Шепилова В.Г., Дубровська Н.І. Проблеми і перспективи розвитку внутрішнього туризму в Донецькій Народній Республіці**

*У статті дано оцінку стану туристської діяльності в регіоні. Розглядаються проблеми розвитку внутрішнього туризму як важливого чинника економіки і шляхи їх подолання.*

**Ключові слова:** туристична діяльність, внутрішній туризм, рекреаційні ресурси, соціально-культурний потенціал регіону.

**V. Shepilova, N. Dobrovskaya Problems and prospects of tourism development in Donetsk people's Republic**

*In the article it is given the assessment of tourist activity in the region. It is researched the problems of inbound tourism development as an important factor of the economy as well as the ways of overcoming them.*

**Key words:** *tourist activity, inbound tourism, recreation resources, social and cultural potential of the region.*

УДК [378.011.3 – 051: 64] : 658.51– 021.464 – 043.83

**Галушко Наталья Владимировна**

*ассистент кафедры технологий производства и профессионального образования,  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
Университет имени Тараса Шевченко»  
[borisssthebest@mail.ru](mailto:borisssthebest@mail.ru)*

**Надеина Марина Николаевна**

*ассистент кафедры технологий производства и профессионального образования,  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
Университет имени Тараса Шевченко»  
[marina.nadeina@inbox.ru](mailto:marina.nadeina@inbox.ru)*

**ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ  
НАВЫКОВ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ  
У БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ СЕРВИСА**

*В статье рассмотрены проблемы организации самостоятельной образовательной деятельности у будущих специалистов в сфере сервиса, что способствует развитию у студентов активности, инициативности, ответственности и творчества. Проведенный анализ позволил сделать вывод о необходимости с учетом специфики будущей профессиональной деятельности студентов использования при организации самостоятельной работы активных методов обучения в сочетании с информационными технологиями. В процессе экспериментальной работы подтверждена эффективность применения проектных и мультимедийных технологий при формировании у студентов навыков самостоятельной деятельности.*

**Ключевые слова:** *сфера сервиса, самостоятельная работа, метод проектов, мотивация, информационно-коммуникационные технологии.*

Одной из важных задач современного образования является подготовка зрелой, целостной личности специалиста. Важным критерием такой зрелости в условиях роста требований к конкурентоспособности, стремительного развития всех отраслей экономики является высокий уровень навыков самостоятельной деятельности, возможно ответственно и творчески подходить к решению профессиональных задач.

Особенно остро проблема формирования навыков самостоятельной деятельности стоит перед будущими специалистами сферы сервиса, работа которых связана не только с владением технологиями обслуживания, но и пониманием значимости труда, умением общаться с окружающими, способностью организовывать свою деятельность, продуктивно мыслить, постоянно совершенствоваться в профессии.

Самостоятельная образовательная деятельность студентов является неотъемлемой частью профессионального становления специалиста. Организация этого направления является одним из сложных в работе любого учебного заведения, поскольку основывается на мотивации студентов к самостоятельному освоению знаний. При этом специфика будущей профессиональной деятельности влияет на выбор педагогами форм, методов и средств организации самостоятельной деятельности студентов.

В педагогике и психологии высшей школы накоплен значительный материал по организации самостоятельной деятельности студентов, в том числе с учетом специфики будущей профессиональной деятельности, о чем свидетельствуют работы М. Бороды, Е. Голанта, М. Данилова, В. Загвязинского, М. Кобриня, М. Махмутова, М. Скаткина, Т. Скудновой, Н. Ушаковой и др. При этом проблема формирования навыков самостоятельной деятельности будущих специалистов в сфере сервиса рассматривается учеными аспектно, в контексте общего формирования профессиональной компетентности. В связи с этим выделим работы Ю.Безрученкова, И.Вологдиной, Г.Коротковой, Н.Лобура, И.Пипула, Г.Хорошавиной, И.Юрченко и других.

Целью данной статьи является определение особенностей организации самостоятельной деятельности будущих специалистов сферы сервиса.

Самостоятельная работа определяется как «форма организации учебной деятельности, осуществляемая под прямым или косвенным руководством педагога, в ходе которой учащиеся преимущественно или полностью самостоятельно выполняют различного рода задания с целью развития знаний, умений, навыков и качеств личности» [1, с.118].

Во время самостоятельной работы каждый студент должен стать активной творческой личностью, готовой и способной к выполнению профессиональных задач разного уровня сложности. Для этого необходимо студенту осознать цели этого процесса, свои возможности

по организации и самостоятельному осуществлению всех действий. Ю. Бабанский указывал, что без активного и сознательного учения никакое преподавание не даст желаемых результатов. Только активность обучаемого будет способствовать его развитию и становлению как личности [2, с. 37].

Безусловно, что на разных этапах обучения организация самостоятельной работы будет иметь существенные отличия. Однако даже при выполнении реконструктивных видов самостоятельных работ студенты приобретают навыки преобразования структуры учебных текстов, опыт решения простейших профессиональных задач. Более сложные виды самостоятельной работы предполагает проявление познавательной активности и самостоятельности студентов, что связано с необходимостью решения проблемных ситуаций и поиском, анализом и отбором необходимого для этого большого массива информации.

Самый высокий уровень самостоятельности студенты могут проявить в ходе выполнения ими творческих самостоятельных работ, где предлагается уже непосредственное участие в выработке принципиально новых для студента знаний, ценностей материальной и духовной культуры. Задания во всех видах творческих работ содержат условия, стимулирующие возникновение проблемных ситуаций [3, с. 514].

Независимо от вида самостоятельной работы, студенты должны воспринимать ее как важнейший компонент, стимулирующий его личное развитие. Поэтому важно сформировать у студентов мотивацию к ее осуществлению, что выдвигает особые требования к содержанию заданий к самостоятельной работе, его профессиональной направленности, методам и средствам ее осуществления.

Рационально организованная самостоятельная работа в вузе является действенным способом профессионального развития будущих специалистов. Дифференцированный подход к процессу распределения заданий, постепенный переход от простого к сложному, обеспечивает устойчивые навыки самостоятельной работы. Тогда студенты чувствуют удовлетворение от выполненной работы, самостоятельно проработанного материала, поиска новой информации, которая носит профессиональную направленность.

Мы уже отмечали, что специфика профессиональной деятельности будущих специалистов сферы сервиса требует проявления активности, самостоятельности, творчества, способности отстаивать собственную позицию при решении профессиональных задач. В связи с этим, исследователи проблем эффективной профессиональной подготовки будущих специалистов сферы сервиса считают необходимым использовать при организации самостоятельной работы такие формы как творческие проекты, ролевые и деловые игры, проблемные ситуации. При этом важно использовать современные информационные технологии,

которые для сферы сервиса являются важным инструментом решения различных профессиональных задач.

Фактически используя такие средства можно организовать информационно-коммуникативную среду, которая позволит студентам получать для выполнения заданий по самостоятельной работе доступную и понятную информацию, имеющую профессиональную направленность. Поэтому все больше при организации самостоятельной работы разрабатываются электронные учебно-методические комплексы (ЭУМКД), что дает возможность шире использовать информационный ресурс.

Каждый студент может получить информацию в электронном виде, которая включает: рабочую учебную программу дисциплины, методические рекомендации для изучения дисциплины, методические рекомендации для самостоятельного изучения отдельных тем, конспекты лекций для студентов, методические рекомендации для выполнения лабораторных и практических работ, вопросы для самоконтроля, тесты, комплекс контрольных работ, методические рекомендации для написания курсовых работ, рефератов, докладов, создания мультимедийных презентаций, экзаменационные вопросы, критерии оценивания знаний, перечень информационных источников, видеоматериалы и прочее.

Студенты самостоятельно могут обработать учебный материал, свободно распоряжаясь своим временем, контролировать самоподготовку и качество. Применение электронных носителей формирует у студентов навыки деятельности в информационном поле, творческое мышление, умение адаптироваться в различных ситуациях, самостоятельно находить и обрабатывать необходимую информацию. Результатом применения электронных материалов является развитие у студентов мотивации к самостоятельному получению и обновлению знаний.

Подобная организация самостоятельной работы студентов специальности «Гостиничное дело» профиля «Ресторанная деятельность» широко используется в Луганском национальном университете имени Тараса Шевченко. При этом активно используются кейс-технологии, кластер-технологии, проектные технологии, которые при включении компьютерных технологий открывают широкие возможности для профессионального развития студентов. Важнейшим преимуществом применения электронного контента в сочетании с активными методами обучения стала возможность управления самостоятельной деятельностью студентов, посредством удаленного контроля и консультирования.

Эксперимент, проведенный в ЛНУ имени Тараса Шевченко, показал, что организованная таким образом самостоятельная работа будущих специалистов в сфере сервиса расширяет возможности мотивированной активной познавательной деятельности студентов.

Приведем пример задания для самостоятельной работы студентов

по специальности «Гостиничное дело» при изучении им дисциплины «Этнические кухни». Задание предполагает выполнение студентами нескольких этапов:

1. Изучить теоретические основы формирования «пищевой карты» мира. Охарактеризовать одно из направлений этнической кухни.
2. Провести анализ полученной информации.
3. Оформить исследовательскую работу в виде мультимедийной презентации.
4. На зачетном занятии презентовать выбранное направление этнической кухни.
5. Организовать презентация национальных блюд, традиций, одежды, кухонной утвари народов мира на открытом мероприятии.

При выполнении первого этапа студенты должны найти информацию по определенному вопросу, используя Интернет, а именно, тематические сайты, информационно-поисковые системы, электронные журналы, электронные библиотеки.

При выполнении второго этапа необходимо сделать анализ всей полученной информации, выделить главное.

При работе над третьим этапом самостоятельной работы, можно воспользоваться не только форматом мультимедийной презентации, но и видеоматериалами, аудиоматериалами, фотоматериалами и т.п. Также можно воспользоваться современной системой тематических порталов. Принимая участие в жизни портала, студент остается постоянно в курсе изучаемого вопроса.

На зачетном занятии студенты презентуют изученную тему не только в контексте приготовления национальных блюд, но и демонстрируя навыки сервировки и оформления тематических столов, навыки приготовления различных напитков, другие знания, полученные во время изучения профильных дисциплин.

Подойдя к реализации последнего этапа самостоятельной работы, студенты не только становятся полноправными пользователями сети Интернет, самостоятельно устанавливая контакты, находя необходимую информацию, используя имеющиеся ресурсы, но и проявляя себя в организации открытого мероприятия. Таким мероприятием стала презентация кухонь народов Луганщины, проведенное в рамках празднования 10-летия Института торговли, обслуживающих технологий и туризма в Луганском национальном университете имени Тараса Шевченко.

Таким образом, правильно организованная самостоятельная работа с использованием современных педагогических и информационных технологий закладывает основы самообразования, самовоспитания, самоконтроля, что позволяет формировать активную и

творческую личность будущего специалиста. Исходя из специфики профессиональной деятельности специалиста сферы сервиса, необходим особый подход в организации самостоятельной работы студентов, что предполагает высокий уровень профессионализации содержания заданий, использование активных и интерактивных методов обучения и современных технических средств.

#### Литература

**1. Краткий педагогический словарь:** Учебное пособие / Г. А. Андреева, Г. С. Вяликова, И. А. Тютюкова. – М.: В.Секачев, 2007. – 181 с. **2.** Бабанский Ю. К. Избранные педагогические труды / Сост. М. Ю. Бабанский. – М.: Педагогика, 1989. – 560 с. **3.** Педагогика: Большая современная энциклопедия / Сост. Е. С. Рапацевич. – Мн.: «Современное слово», 2005. – 720 с.

#### **Галушко Н.В., Надсіна М.М. Особливості формування навичок самостійної роботи у майбутніх фахівців сфери сервісу**

*У статті розглянуті проблеми організації самостійної освітньої діяльності у майбутніх фахівців сфери сервісу, що сприяє розвитку активності, ініціативності, відповідальності та творчості. Проведений аналіз дозволив зробити висновок про необхідність використання активних методів навчання в поєднанні з інформаційними технологіями. В процесі експериментальної роботи доведено ефективність застосування проектних і мультимедійних технологій при формуванні у студентів навичок самостійної діяльності.*

**Ключові слова:** сфера сервісу, самостійна робота, метод проектів, мотивація, інформаційно-комунікаційні технології.

#### **Galushko NV, Nadeina MM Features of skills development of independent work in future specialists in the sphere of service**

*The article considers the problems of organizing independent educational activity for future specialists in the service sector, which contributes to the development of students' activity, initiative, responsibility and creativity. The analysis made it possible to draw a conclusion about the need to take into account the specifics of the future professional activity of students using in the organization of independent work of active teaching methods in combination with information technology. In the process of experimental work, the effectiveness of the use of design and multimedia technologies in the formation of students' skills of independent activity was confirmed.*

**Key words:** sphere of service, independent work, project method, motivation, information and communication technologies.



**Правдин Дмитрий Александрович,**  
ассистент кафедры туризма,  
гостиничного и ресторанного дела  
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»  
[pravdin-rosk@mail.ru](mailto:pravdin-rosk@mail.ru)

## **ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА В ЛУГАНСКОМ РЕГИОНЕ**

*Правдин Д.А. Основные проблемы и приоритетные направления развития спортивного туризма в Луганском регионе*

*В статье проанализированы основные отличия и особенности спортивного туризма от других видов активного туризма, выделены основные направления развития спортивно-оздоровительного туризма на Луганщине, определены проблемы и приоритетные направления развития спортивного туризма в Луганском регионе на современном этапе, учитывая исторические особенности и современные тенденции развития спортивного туризма в мире.*

**Ключевые слова:** *активный туризм, спортивный туризм, спортивно-оздоровительный туризм, детско-юношеский туризм.*

Повсеместное внедрение компьютерных технологий во все сферы жизни человека, в особенности молодежи; развивающаяся тенденция замены реального общения с окружающей средой на виртуальное; поиск ощущения новизны и приключений в компьютерном, а не в реальном мире, – все это способствует развитию малоподвижного образа жизни современного человека. Это приводит к росту числа людей, страдающих гиподинамией, ожирением и другими болезнями, связанными с малоподвижным образом жизни.

Одним из самых важных путей решения этой проблемы является вовлечение молодежи в активные формы отдыха, в частности в активный туризм. Высшей формой активного туризма можно считать экстремальный и спортивный туризм.

Экстремальный туризм как вид туристской деятельности на сегодняшний день имеет ряд методологических, классификационных и нормативных проблем. Поэтому использование его для решения современных проблем общества на сегодняшний день остается под вопросом.

Отличительной чертой спортивного туризма является его нормативное регулирование как вида спорта, наличие четко регламентированных правил и требований к спортивным туристам. Спортивный туризм является

эффективным рычагом решения острых социальных проблем, прежде всего потому, что спортивный туризм как вид деятельности включает в себе огромный воспитательный потенциал. Именно поэтому он входит, как отдельное направление, в систему внешкольного дополнительного образования в России, Украины и Беларуси. Наряду с основными воспитательными целями учебных программ спортивно-туристского профиля, особое место занимает оздоровление учащихся средствами спортивного туризма. Это направление во многих учебных программах получило название «спортивно-оздоровительный туризм», далее СОТ.

Исторически СОТ в отечественном туризме обосновался как самостоятельная и социально-ориентированная сфера, вид спорта, образ жизни значительной прослойки общества; эффективное средство духовного и физического развития личности, воспитания бережного отношения к природе, взаимопонимания и взаимоуважения между народами и нациями; форма «народной дипломатии» основанной на реальном знакомстве с жизнью, историей, культурой, обычаями народов, наиболее демократичный вид отдыха, характеризующийся специфической формой народного творчества, свободным выбором формы собственной активности всех социально-демографических групп населения, начиная с детей дошкольного возраста и заканчивая пенсионерами [3, с. 73].

В практическом понимании спортивный туризм – это в первую очередь маршрут, чаще всего в природной «дикой» среде, включающий в себя набор препятствий различной сложности, требующий технических и, в большинстве случаев, командных и тактических действий. В спортивном туризме риск преодоления высоты, глубины, неблагоприятных погодных условий или опасности схождения лавины нивелируются четко регламентированными техническими приемами для каждой отдельной ситуации, обеспечивающими безопасность преодоления препятствий и маршрута в целом, так как сама цель спортивного туризма – это безопасность прохождения маршрутов в природной среде.

Изучению современных проблем и приоритетных направлений развития спортивного туризма посвящены работы таких ученых: И.Е. Востокова, В.И. Ганопольского, И.Д. Горшкова. Вопросы развития спортивного туризма в Луганском регионе в научной литературе практически не изучались.

Цель статьи – проанализировать основные проблемы и приоритетные направления развития спортивного туризма в Луганском регионе на современном этапе, учитывая исторические особенности и современные тенденции развития спортивного туризма в мире.

Луганский регион, как и многие промышленные регионы бывшего СССР, впитал в себя богатейшую историю и традиции советского спортивного туризма.

Как известно, спортивный туризм в Советском Союзе развился до невероятных масштабов, став по своей сути национальным видом спорта и уникальным социальным массовым явлением. В СССР с 1962 года за развитие спортивного туризма отвечали Советы по туризму и экскурсиям при Всесоюзном центральном совете профессиональных союзов (далее ВЦСПС), которые имели значительные материальные возможности для организации массовых мероприятий по спортивному туризму. После распада СССР с ликвидацией ВЦСПС было прекращено финансирование деятельности туристских клубов, прекратили существование почти все туристские клубы при Советах по туризму и экскурсиям, которые были закрыты, либо распались на мелкие коммерческие фирмы, далекие от спортивного туризма. В сотни раз сократилось количество спортивных туристских групп и участников походов. Основными причинами значительного сокращения общественного туристского движения стало:

- отсутствие организационной структуры и, соответственно, финансирования;
- падение жизненного уровня населения вследствие экономических и политических реформ;
- возникшие очаги напряженности и межнациональные конфликты на территории бывшего СССР [4, с. 14-15].

На сегодняшний день в Луганском регионе спортивный туризм входит в Реестр официальных видов спорта. Контроль за развитием данного вида спорта осуществляет Министерство культуры, спорта и молодежи Луганской Народной Республики, непосредственным организатором спортивных массовых мероприятий выступает Федерация спортивного туризма Луганщины. Значительный вклад в развитие спортивного туризма региона, в частности организацию горных категорийных спортивных походов, оказывает «Клуб туристов и альпинистов имени Андрея Васильевича Пастухова», под руководством Почетного Президента Федерации спортивного туризма Луганщины, Мастера спорта по спортивному туризму Савостикова В.В.. Массовые мероприятия по спортивному туризму, такие как: Республиканские соревнования, слеты, семинары повышения квалификации и подготовки судей соревнований, входят в Единый календарный план спортивных массовых мероприятий.

Не смотря на тяжелую военно-политическую ситуацию, в регионе сохранилась и успешно работает система детского туризма. Программы дополнительного образования туристско-краеведческой направленности активно реализуются во многих учебных заведениях региона.

При Министерстве образования создан Луганский Республиканский центр детско-юношеского туризма и краеведения, кроме него в регионе действует еще три профильных центра туризма и краеведения (г. Алчевск, Ровеньки и Антрацит), которые являются базовыми организационно-

методическими центрами развития детско-юношеского спортивно-оздоровительного туризма региона.

Основной задачей таких центров является создание условий для удовлетворения потребностей учащихся в организации их оздоровления, содержательного досуга и отдыха, предоставление методической и практической помощи учебным заведениям по вопросам внедрения форм и методов туристско-краеведческой работы с учащимися в практику учебно-воспитательной работы.

Спортивно-туристская работа системы дополнительного образования региона проводится по следующим направлениям:

1. Организация и проведение массовых мероприятий с учащейся молодежью.
2. Организация и проведение спортивных туристско-краеведческих походов с учащейся и студенческой молодежью.
3. Организация подготовки кадров детско-юношеского и студенческого туризма (организаторов спортивного туризма, инструкторов детско-юношеского туризма, инструкторов туризма, руководителей команд, ответственных за туристско-краеведческую работу в регионах) и повышения их квалификации.
4. Проведение методической работы в учреждениях образования.
5. Подготовка и участие команд учащейся и студенческой молодежи в массовых мероприятиях по спортивному туризму.

По данным годового отчета Луганского республиканского центра детско-юношеского туризма и краеведения на 08.11.2017 года в системе дополнительного образования региона работало 288 кружков спортивно-оздоровительного направления. В 90-х годах в период спада туристско-спортивного движения, именно система дополнительного образования туристско-краеведческого профиля помогла сохранить квалифицированные кадры и традиции СОТ на Луганщине [1, с. 3].

Одним из основных показателей развития СОТ в регионе является проведение спортивных туристских путешествий. В Луганском регионе разработаны и успешно используются 23 спортивно-туристских маршрута (пешеходные, велосипедные и водные).

К сожалению, в сложной военно-политической ситуации, и в связи с невозможностью обеспечить безопасность туристов в период с 2014 по 2017 года был приостановлен выпуск на маршруты региона организованных групп туристов. Базой для проведения спортивных походов в этот период для спортивных туристов региона стали Ростовская область, Кавказские и Крымские горы Российской Федерации.

Одной из основных проблем современного спортивного туризма, по мнению И.Е. Востокова, является недостаток квалифицированных кадров. С 1990 года эта проблема существует и на Луганщине, но с 2014 года, с начала сложного военно-политического положения в регионе, про-

блема нехватки квалифицированных кадров стала еще острее. Именно эта проблема негативно влияет сразу на несколько показателей развития спортивного туризма: массовость, безопасность, результативность, соревновательность, обмен опытом.

В этой связи становится очевидной необходимость в высококвалифицированных специалистах таких профессий, как гиды-проводники, тренеры спортивного туризма, специалисты спортивно-оздоровительного туризма и рекреации и др. От их квалификации, профессионального уровня зависит качество туристско-экскурсионного обслуживания и в целом туристского продукта. Обязательным условием развития туристского бизнеса становится профессиональная подготовка специалиста соответствующего профиля [5, с. 71].

По мнению Е.А. Павлова, подготовка кадров для сферы рекреации и спортивно-оздоровительного туризма должна осуществляться в тесном взаимодействии следующих организационных структур.

1. Системы профессионального образования на всех уровнях (среднее профессиональное, высшее) как основного, так и дополнительного.
2. Системы подготовки туристских общественных кадров, функционирующей в рамках Федерации спортивного туризма России.
3. Системы аккредитации образовательных организаций (государственной и, в особенности, профессионально-общественной и общественной).
4. Рынка труда (в том числе сообщества работодателей и отдельные работодатели, общественные организации), «взаимодействующего» с системой образования через профессиональные стандарты [6, с. 31].

В рамках государственного регулирования и развития спортивных туров в регионе, 6 февраля 2018 были утверждены «Правила предоставления экскурсионных услуг и услуг по сопровождению туристов». Согласно данным Правилам «На туристских маршрутах, представляющих повышенную опасность, с активными способами передвижения, в том числе пешеходных, лыжных, велосипедных, комплексных туристских маршрутах с использованием различных транспортных средств, а также при организации активного отдыха оказываются услуги аттестованных инструкторов-проводников. Они должны иметь опыт в организации путешествий с активными способами передвижения, обладать необходимыми знаниями и навыками по оказанию доврачебной медицинской помощи, владеть основами психологии малых групп и основами экскурсионной работы» [2, с. 2].

Главной особенностью спортивного туризма Луганского региона, является важнейшее значение детско-юношеского туризма в системе дополнительного образования для развития массовости и поиска квалифицированных кадров для спортивного туризма. Именно

государственная система дополнительного образования туристско-краеведческого профиля, финансируемая из бюджетов различного уровня, способна выстоять при тяжелых социально-экономических и военно-политических положениях. Доказательством этому послужили не только период спада экономики 90-х годов, но и военно-политическая ситуация на Донбассе с 2014 года. В обоих случаях система детско-юношеского туризма сохранила ценные квалифицированные кадры и традиции спортивно-оздоровительного туризма региона, в то время как общественные организации (федерации, клубы и т.д.) претерпели значительные сокращения кадров.

Также нельзя не отметить, что детско-юношеский туризм является самым массовым в системе спортивно-оздоровительного туризма региона. В связи с этим, можно сделать вывод, что именно он на данном этапе может стать основой для толчка в развитии спортивного туризма и фундаментом кадрового роста специалистов туристской отрасли в будущем, когда юные туристы, повзрослев, станут инструкторами, гидами-проводниками, тренерами по спортивному туризму. Следует отметить, что в детско-юношеском туризме также остро стоит кадровая проблема. Связано это в первую очередь с низкими заработными платами и нежеланием молодых специалистов работать в этой сфере.

Выпускники спортивно-туристских секций, имеющие спортивные звания, владеющие туристскими умениями и навыками, для своей профессиональной деятельности выбирают квалификацию промышленных альпинистов или спасателей Министерства чрезвычайных ситуаций, где заработные платы значительно выше, а их знания также ценны. Это приводит к тому, что высококвалифицированные опытные специалисты детско-юношеского туризма, ветераны туризма не могут передать свои знания, умения и навыки преподавания молодым специалистам.

Вышеизложенное позволяет сделать следующие предварительные выводы:

1. Спортивный туризм Луганского региона имеет свои традиции и богатую историю. На данный момент спортивный туризм в регионе проходит стадию восстановления и развития, которая требует внимания государства к его современным проблемам.
2. Основной проблемой, влияющей на большинство ключевых показателей развития спортивного туризма Луганского региона, является недостаток квалифицированных кадров.
3. Решением данной проблемы может стать увеличение заработных плат работникам детско-юношеского туризма дополнительного образования, в целях привлечения молодых специалистов, и развития материальной базы внешкольных учреждений спортивно-туристского профиля для увеличения массовости и результативности в спортивном туризме как виде спорта.

4. Приоритетным направлением развития спортивного туризма в регионе должен стать детско-юношеский спортивный туризм, который будет решать основные социальные проблемы молодежи и заложит основы дальнейшего восстановления и развития спортивного туризма на Луганщине.

#### **Литература**

1. **Годовой** отчет за 2017 год Луганского республиканского центра детско-юношеского туризма и краеведения. – 2017. – 12 с. 2. Постановление Совета министров Луганской Народной Республики от 6.02.2018 года № 69/18 «Об утверждении Временных правил предоставления экскурсионных услуг и услуг по сопровождению туристов в Луганской Народной Республике». 3. Программа развития спортивного туризма в Российской Федерации на 2011–2018 гг. Федерация спортивного туризма России. – 2010. – 97 с. 4. Горшков И. Д. Спортивно-оздоровительный туризм: текст лекций / И. Д. Горшков; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. – Ярославль: ЯрГУ, 2014. – 60 с. 5. Таймазов В.А., Алексева О.В. Современные проблемы сервиса и туризма. – 2008. - №3. – С.71-80. 6. Павлов Е.А. Проблемы законодательного регулирования подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для сферы рекреации и спортивно-оздоровительного туризма / Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2016. - Т.10. – №1. – С.27-37.

#### **Правдін Д.О. Основні проблеми та пріоритетні напрямки розвитку спортивного туризму в Луганському регіоні**

*У статті проаналізовані основні відмінності й особливості спортивного туризму від інших видів активного туризму, виділені основні напрями розвитку спортивно-оздоровчого туризму на Луганщині, визначено проблеми та пріоритетні напрямки розвитку спортивного туризму в Луганському регіоні на сучасному етапі, враховуючи історичні особливості та сучасні тенденції розвитку спортивного туризму в світі.*

**Ключові слова:** активний туризм, спортивний туризм, спортивно-оздоровчий туризм, дитячо-юнацький туризм.

#### **Pravdin D.A. Problems and priority directions of development of sports tourism in Luhansk region**

*The article analyzes the main differences and features of sports tourism from other types of active tourism, highlights the main directions of development of sports tourism in the Luhansk region, identifies problems and priorities for the development of sports tourism in the Luhansk region at the present stage, taking into account the historical features and current trends in the development of sports tourism in the world.*

**Key words:** active tourism, sports tourism, sports tourism, youth tourism.

Научное издание

# **ТУРИСТСКАЯ ИНДУСТРИЯ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ**

**Выпуск 11**

*Материалы*

*XI Международной научно-практической конференции*

(Луганск, 22–23 марта 2018 года)

**Главный редактор – Сорокина Г.А.  
Ответственный редактор – Медяник А.В.  
Дизайн обложки – Дьяченко Р.В.  
Верстка – Жила Р.В.**

Подписано в печать 20.03.2018. Бумага офсетная.  
Гарнитура Times Nev Roman.  
Печать ризографическая. Формат 60×84/16. Усл. печ. л. 18,83.  
Тираж 100 экз. Заказ № 25.

***Издатель***

Издательство ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко

**«Книга»**

ул. Оборонная, 2, г. Луганск, 91011. Т/ф: (0642)58-03-20  
e-mail: knitaizd@mail.ru