

Министерство по физической культуре, спорту и туризму РФ  
Российская Ассоциация Туристических Агентств  
Национальная Курортная Ассоциация  
Администрация Санкт-Петербурга  
Правительство Ленинградской области  
Академия туризма  
Фонд им. Фридриха Эберта (Германия)  
Санкт-Петербургский Центр Международного Сотрудничества  
ЗАО «Санкт-Петербург Экспресс»  
ООО «ВСБ»



Materialy  
(стенограмма  
выступлений)

второй международной научно-практической конференции

«Въездной и внутренний туризм. Проблемы и пути решения»

«Rezidentnyj i Vъездnoj i  
vnutrennjij turizm»

Научно-практической конференции

«Курорты, туризм, экология на рубеже XXI века».

6-8 октября 1999 года

Санкт-Петербург

Выставочный комплекс «ЛЕНЭКСПО» в Гавани

Санкт-Петербург

A 00 - 01190



# **МАТЕРИАЛЫ**

**(стенограмма выступлений)**

*Материалы подготовлены*

**ГУ «Санкт-Петербургский Центр Международного Сотрудничества».**

**Тираж 200 экз.**



**2**

**6-8 октября 1999 года  
Санкт-Петербург**

**3**

*Дорогие друзья, уважаемые коллеги!*

В октябре 1999 года в Санкт-Петербурге пропала научно-практическая конференция, основной темой которой являлись современное состояние и пути дальнейшего развития туризма на Северо-Западе Российской Федерации и в регионе стран Балтийского моря. На этом мероприятии обсуждались реальные вопросы и реальные проблемы, стоящие именно сегодня перед нашим туризмом, были сделаны выводы и выбраны рекомендации на будущее.

Подводя итоги прошедшей конференции хочется особо отметить интерес, проявленный ей со стороны туристской общественности. В работе круглых столов конференции приняли участие более 260 человек. Это представители международных туристских организаций, федерального Правительства РФ, региональных администраций, туристских фирм и научных организаций. В течение трех дней профессионалы обсуждали проблемы функционирования туристской отрасли и пути их решения.

Подобный интерес вполне объясним. Санкт-Петербург, являясь крупным культурным и научным центром России, всегда привлекал к себе внимание как простых туристов, так и профессионалов туристской индустрии. И на этот раз наш город опять подтвердил это высокое значение.

Перед Вами сборник материалов конференции. В него вошли как тезисы всех выступлений, так и тезисы докладчиков, которые не смогли выступить, но прислали свои заявки. В этом документе собраны мнения вследующих российских и международных экспертов по туристской проблематике. Надеемся, что материалы, опубликованные в сборнике, станут хорошей помощью и реальным руководством к действию для всех заинтересованных сторон. Мы уверены, что выводы и рекомендации конференции помогут нам заметить первоочередные шаги по дальнейшему совершенствованию региональной и городской туристской политики и дадут возможность придать новый импульс развитию нашего туризма.

*Голубев В.А.*

*Председатель Комитета по туризму и развитию курортов  
Администрации Санкт-Петербурга –  
Председатель Организационного комитета конференции*

## **Цель проведения Конференций:**

демонстрация научного и практического потенциала отечественного и зарубежного туризма и санаторно-курортной отрасли, углубление связей между научными организациями и предприятиями туристской индустрии и санаторно-курортного комплекса, внедрение прогрессивных методов ведения туристского и санаторного бизнеса.

## **2. Оперативные организаторы Форума:**

Российская Ассоциация Туристических Агентств

Национальная Курортная Ассоциация

ГУ «Санкт-Петербургский Центр Международного Сотрудничества

ЗАО «Санкт-Петербург Экспресс»

Фонд им. Фридриха Эберта (Германия)

ООО «Выставки. Семинары. Бизнес»

В подготовке Конференции принимали участие:

ООО «ХИТ Интернейшнл»

Санкт-Петербургский учебный центр курортов «Лахта»

## **3. Организационный комитет Конференций:**

### **Председатель:**

Голубев В.А.

– председатель Комитета по туризму и развитию курортов Администрации Санкт-Петербурга

### **Члены Оргкомитета:**

Зайцев Г.А.

– председатель правления Ассоциации курортов Северо-Запада

Смирнова Н.П.

– представитель Фонда им. Фридриха Эберта в Санкт-Петербурге

Корнеев С.Е.

– директор Северо-Западного регионального отделения Российской Ассоциации Туристических Агентств

Карпова Г.А.

– вице-президент Академии туризма

Иванова Л.И.

– генеральный директор ЗАО «Санкт-Петербург Экспресс»

Ходько С.Т.

– генеральный директор ГУ «Санкт-Петербургский Центр Международного сотрудничества»

Стуглев А.А.

– генеральный директор ООО «Выставки. Семинары. Бизнес»

Корнеев А.А.

– генеральный директор ООО «Хит Интернейшнл»

Пасмурев А.Я.

– руководитель конгресс-бюро ЗАО «РЕСТЭК»

## **Исполнительная дирекция:**

- Николаев С.С. – начальник отдела по развитию туризма ГУ «Санкт-Петербургский Центр Международного сотрудничества»  
Воробьев О.Г. – руководитель департамента ЗАО «Санкт-Петербург Экспресс»  
Яковлева М.П. – заместитель директора по научной и учебной работе учебного центра курортов профсоюзов «Лахта»  
Пугачев А.И. – исполнительный директор ООО «ВСБ»

## **4. НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ КОНФЕРЕНЦИИ проходили в рамках выставок:**

- «INWETEX-C.I.S. TRAVEL MARKET-99» - международная туристская биржа;  
«КУРОРТЫ-99» - специализированная выставка для санаторно-курортного комплекса.

## **5. Сроки и место проведения Конференций**

**Сроки проведения:** 6-8 октября 1999 года

**Место проведения:** г. Санкт-Петербург

- Выставочный комплекс ЛЕНЭКСПО, В.О., Большой проспект, 103 ст. М. «Приморская», авт. 7, трол. 10;
- Шуваловский дворец, наб. Фонтанки, 21, ст. М. «Гостиный Двор».

## **6. Рабочий язык Конференций:**

русский, английский, немецкий

## **Уважаемые дамы и господа!**

Дорогие друзья! Коллеги!

Я искренне рад от имени Губернатора, от имени Правительства нашего города сердечно приветствовать всех участников второй международной научно-практической конференции «Внешний и внутренний туризм. Проблемы и пути решения».

Проведение петербургской туристской биржи "Inwetex - C.I.S. Travel Market" давно стало добрым традицией в жизни нашего города, не побоявшись этого слова, всей страны, а высокий профессионализм и праздничность этого форума всегда привлекали лучших специалистов отрасли. В этом году в выставке примут участие более 350 компаний из 48 стран мира, среди которых представлены крупнейшие зарубежные и российские туристические компании, страховочные компании, государственные учреждения, деловые круги, что, на мой взгляд, я уверен в этом, поможет обеспечить высокий уровень проведения самой биржи и мероприятий в рамках выставки.

Особенно радостно, что одно из важнейших мероприятий, проводившихся в рамках биржи – научно-практическая конференция, которую мы с вами сегодня начинаем, тоже становится традиционной. И это не удивительно, авторитет Санкт-Петербурга как международного туристического центра, центра контактов и деловых встреч неизменно привлекает в наш город разнообразные деловые, научные, общественные круги, соответствующие мероприятия, создают очень комфортную атмосферу для работы профессионалов в нашем городе. Однако Санкт-Петербург ориентирован не только на коммерческую, деловую, промышленную деятельность. Это, прежде всего, город огромного духовного потенциала, обладающий богатейшим культурным наследием, международным репутацией которого во многом связана с усиление позиций на рынке культурных и туристических услуг. И поэтому основные темы конференции – привлечение инвестиций в инфраструктуру туризма, туризм как фактор экономического развития региона, культурный туризм, международное сотрудничество в сфере туризма – отражают первоочередные задачи стратегии развития туризма в нашем регионе.

В название конференции есть очень важная формулировка: проблемы и пути решения. Я думаю, что и профессионалы туристского бизнеса, наверное, согласятся со мной: в нашей с вами власти превратить все проблемы, с которыми нам приходится сталкиваться, в возможности для дальнейшего развития богатого туристского потенциала в наших регионах. И нет никаких сомнений в том, что Санкт-Петербург, Северо-Западный регион России, в полной мере обладают этими возможностями.

Позвольте мне поздравить всех присутствующих с началом работы конференции. Я надеюсь, что в Санкт-Петербурге подскажут нам новые конструктивные идеи. Мы вместе выберемся инициативу в создании новых совместных туристских программ.

Я искренне желаю всем собравшимся успешной работы, прекрасного доброго настроения и хороших результатов конференции.

*Вице-губернатор Санкт-Петербурга –  
Председатель Комитета по внешним связям*

*Tukachev G.I.*

## **Уважаемые дамы и господа!**

Стало доброй традицией проводить совместно туристские и курортные мероприятия, способствующие популяризации российского курортного дела в мире. Я хочу вас поприветствовать от имени курортной отрасли. И, прежде всего, хочу пожелать, чтобы вы были здоровы. Примите искреннее поздравление от курортной отрасли России. Курортная Россия сегодня находится на очень высоком уровне. Нем, курортная отрасль России, доверено возглавлять курортное дело в мире. Россия сегодня возглавляет Всемирную Курортную Федерацию. В эту организацию входит 46 стран мира, и Россия является законодателем курортного дела в мире. Россия сегодня возглавляет Всемирную Курортную Конференцию. Где подведены итоги деятельности курортных организаций в мировом масштабе.

Хочу сказать, что мы не являемся конкурентами туризма, наоборот, у нас очень сложные контакты с туристской отраслью, туристскими организациями. И мы считаем, что чем более плотными будут взаимоотношения между туристскими организациями и курортами, тем больше и лучше мы с вами будем жить. А для этого мы все с вами собирались, для этого мы работаем.

Я хочу вас поприветствовать на изломе тысячелетия, потому что следующий год будет двулетический. И хочу, чтобы мы сегодня подвели итоги нашей деятельности за истекшее время, хотя бы за прошедший год, и наметили пути нашего продвижения в туризме и курортном отдыхе в следующем тысячелетии, хотя этот год и не является последним в этом тысячелетии.

Я хотел бы, чтобы сегодня этот разговор был откровенным, чтобы мы сегодня по-настоящему спросили друг друга и посоветовали друг другу, как лучше нам развивать и туритзм, и курортное дело. Я благодарю устроителей выставки, Администрацию Санкт-Петербурга за то, что она ежегодно предоставляет нам возможность общаться и создает прекрасные условия для этого.

**Президент  
Национальной Курортной  
Ассоциации России**

**Степаненко Н.А.**

**Корнеев Сергей Евгеньевич, вице-президент РАТА, директор СЗРО РАТА.  
Николаев Сергей Сергеевич, начальник отдела по развитию туризма ГУ «СПб ЦМС».**

## **II международная научно-практическая конференция по туризму: итоги конгресса профессионалов.**

С 6 по 8 октября 1999 года в Санкт-Петербурге прошла Вторая Международная научно-практическая конференция «Въездной и внутренний туризм. Проблемы и пути решения». Одним из ключевых вопросов, обсуждавшихся в рамках конференции, явилось современное состояние и пути дальнейшего развития туризма на Северо-Западе Российской Федерации и в регионе стран Балтийского моря.

В этом году конгресс профессионалов туризма прошел с еще большим успехом, чем в прошлом, и вызвал большой резонанс в туристских кругах. На нем обсуждались реальные вопросы и реальные проблемы, стоявшие именно сегодня перед туризмом, были сделаны выводы и выработаны рекомендации по их решению.

В результате сегодня уже можно с полной уверенностью сказать, что мероприятие, которое задумывалось два года назад как научно-практическая и теоретическая составляющая туристской биржи «INWETEX - CIS Travel Market», сегодня превратилось в полноценный, крупнейший в своем роде в северо-западном регионе России, научный форум по вопросам туризма, привлекающий участников со всей страны и из-за рубежа.

В работе различных круглых столов конференции приняли участие более 260 экспертов по туризму из России, Германии, Испании, Швеции, Франции, Англии и других стран мира. Это были представители международных и межрегиональных туристских организаций, федерального Правительства РФ, администраций субъектов РФ, туристских, страховых и юридических фирм и компаний, банков, гостиниц, автансервисов, санаториев и курортов, а также научных организаций. В течение трех дней профессионалы обсуждали проблемы функционирования туристской отрасли и пути их решения.

Подобный интерес к конференции в нашем городе никого не оставил. Санкт-Петербург, являясь крупным культурным и научным центром России, всегда привлекал к себе внимание как простых туристов, так и профессионалов туристской индустрии. И на этот раз наш город опять подтвердил это высокое звание. Можно сказать, что Санкт-Петербург помимо центра практического туризма стал еще и центром научного подхода к развитию туризма.

Подводя итоги конференции, хочется отметить следующие, важные на наш взгляд, моменты.

В сознании и мировосприятии людей, которые тесно связаны с туризмом, произошел переход, связанный с осознанием того, что только въездной и внутренний туризм способны реально помочь в решении тех проблем экономического, экологического, социального, культурного и гуманитарного плана, которые стоят сегодня перед нашим обществом. Того же, к сожалению, нельзя сказать о туризме выездном. Эта часть туризма, хотя и является достаточно прибыльной для туристских фирм, не приносит всех тех выгод для региона, которые могут принести въездной и внутренний туризм.

Поэтому, основная часть дискуссий проходила в обсуждении проблем развития туризма в нашем городе и регионе. Причем регион на данной конференции рассматривался очень широко и многолико – от северо-западного региона России до региона стран Балтийского моря.

Вторым, очевидно, важным и, бесспорно, положительным моментом, является осознание того факта, что одна область, город, район не могут в одиночку проводить грамотную и эффективную политику маркетинга при продвижении своей достопримечательности на мировом рынке туристских услуг.

Во время конференции очень много говорилось об объединении различных субъектов Российской Федерации в рамках северо-западного региона России для выработки совместной стратегии продвижения. Представители различных городов и областей поделились своими мыслями, успехами, опытом в развитии туризма с присутствующими коллегами.

Конференция дала возможность наладить новые связи, обсудить общие проблемы, найти пути совместного решения этих проблем. Во время этих контактов родились новые идеи по преодолению кризиса и дальнейшему развитию туристской отрасли.

На мероприятиях конференции большое внимание было уделено обмену опытом с зарубежными коллегами. Об этом можно судить только по тому факту, что, к примеру, на пленарной заседании, половина всех докладчиков являлись представителями зарубежных стран и международных организаций.

Очень интересной частью конференции явилась проработка возможности совместного комплексного продвижения региона Балтийского моря как единой лестинции. Представители Швеции, Германии и России говорили о необходимости координации и кооперации усилий стран по развитию туризма в регионе, о недавно начинавшихся и невозможности индивидуалистического подхода к этим проблемам.

Большое внимание было уделено проблемам экологии и транспорта, говорилось о необходимости реализации концепции устойчивого развития туризма. В настоящее время это является одной из важнейших проблем, так как туризм, являясь отраслью народного хозяйства, наиболее полно и активно использующей все элементы первичного и производного предложения, в самой полной мере зависит от состояния окружающей среды.

Говорилось также о необходимости разработки и реализации более четкой и целевой государственной политики, направленной на поддержку местных производителей туристских услуг. В том числе, Российской Ассоциацией Туристических Агентств было предложено в дальнейшем предусмотреть в законодательстве целый блок льгот и мер поддержки, которые бы дали возможность местным предприятиям туристской индустрии развиваться и процветать. На конференции присутствовал представитель Государственной Думы РФ, и поэтому дискуссия получилась очень интересной и продуктивной.

Одни из круглых столов конференции целиком были посвящены формированию и реализации инвестиционной политики в сфере туризма. Вообще, эта тема затрагивалась практически на всех круглых столах, так как без достаточного финансирования невозможно реализовать ни одну интересную и полезную идею. Вопросы инвестиционной политики и стратегии города являются в настоящее время наиболее актуальными в свете тех событий, которые состоятся в Санкт-Петербурге в ближайшие годы. Имеется в виду Чемпионат мира по хоккею с шайбой в 2000-м году и празднование 300-летия города. Необходимо создавать благоприятный инвестиционный климат, привлекая российских и иностранных инвесторов с помощью системы мер протекционистского характера с целью укрепления и развития туристской инфраструктуры и объектов туристского назначения. Первые шаги в этом направлении уже сделаны и результатом явился выпуск целого пакета инвестиционных проектов по Санкт-Петербургу и Ленинградской области, который был представлен для ознакомления всем желающим, в том числе и потенциальным инвесторам.

Одной из наиболее острых проблем туризма применительно к Санкт-Петербургу является его сезонность. Наиболее же реальным способом ее решения должна стать увеличение числа различных мероприятий и событий, которые проходили бы в нашем городе в зимний сезон. К таким мероприятиям можно отнести, в том числе, и конгрессы, сампсониевские ярмарки, выставки, конференции и пр. Вопросам и проблемам конгрессной деятельности, развитию делового туризма был посвящен отдельный круглый стол, на который собрались профессионалы конгрессного бизнеса, представители администрации города и туристских компаний. В рамках данного круглого стола прошла дискуссия с представителями зарубежных конгрессных центров, были рассмотрены

возможные пути увеличения потоков деловых туристов в Санкт-Петербург в несезонный период.

Большим отдельным блоком на конференции рассматривался раздел, касающийся развития санаторно-курортного комплекса Санкт-Петербурга и северо-западного региона России. Проблемы функционирования отрасли, возможные направления их решения, пути выхода на новый уровень обслуживания гостей и клиентов, особенности и проблемы взаимодействия с другими предприятиями туристской индустрии, экологические проблемы курортов – эти и другие вопросы стали предметом обсуждения в рамках этого круглого стола.

И, наконец, но не в последнюю очередь, практически на всех отдельных мероприятиях конференции говорилось о необходимости разработки, формирования и реализации комплексной системы подготовки кадров и персонала для нужд туристской индустрии и предприятий санаторно-курортного комплекса. От этой смены, которой мы в настоящее время готовим, во многом зависит положение отрасли в самом ближайшем будущем. Чтобы это будущее было достойным, соответствующими должны быть растущие новые сотрудники.

В целом, мы считаем, что конференция прошла очень успешно. Результаты, выводы и рекомендации являются ценным грузом, который мы возьмем с собой в третье тысячелетие. Он поможет нам разить туристическую отрасль до того уровня, которого заслуживает такой город как Санкт-Петербург и северо-западный регион в целом.

Мы абсолютно уверены, что рекомендации в выводах конференции дадут возможность наметить первоочередные шаги по дальнейшему совершенствованию туристской политики на уровне города и региона в целом и помогут придать новый импульс развитию туризма.

В заключение разрешите также от имени Организационного комитета и Исполнительной дирекции конференции пригласить вас принять участие в следующей конференции, где будет обсуждаться, чего удалось достичь за прошедший период времени и наметить дальнейшие шаги по реализации концепции развития туризма на первые годы нового века. Третья конференция состоится в октябре 2000 года в Санкт-Петербурге, и пройдет под девизом «XXI век – век туризма».

**Пленарное заседание  
6 октября 1999 года 11:00 – 14:00  
Конгресс-холл 6 павильон «Ленэкспо»**

*Г-н Ингвар Маттссон, Председатель Комитета по устойчивому развитию туризма  
Балтийской комиссии по туризму.*

***Устойчивое развитие туризма в регионе Балтийского моря.***

Под долгосрочным устойчивым развитием туризма подразумевается такой процесс развития сферы туризма, в котором экологические, культурные, социальные и экономические факторы сбалансированы и тесно взаимосвязаны.

Туризм предполагает, прежде всего, совершение поездок. Особенностью отрасли туризма является то, что процессы производства и потребления не разнесены во времени, а происходят одновременно и повторяются в различномобразных вариантах для различных групп туристов, посещающих данный регион. Таким образом, в отличие от других экспортно-ориентированных отраслей, туристский продукт непосредственно связан с конкретной местностью в регионе Балтийского моря, ее природным ландшафтом и культурой, инфраструктурой, всем спектром услуг, предлагаемых посетителям, туристскими компаниями и другими предприятиями малого и среднего бизнеса, вовлеченными в сферу туризма.

Реальное значение туризма для общества и взаимозависимость между предприятиями малого и среднего бизнеса и обществом в целом часто недооценивается. Это приводят к отсутствию долгосрочного сотрудничества между предприятиями сферы туризма и администраций, как на муниципальных, так и на региональных уровнях власти.

Именно поэтому в предприятиях туристской отрасли, и органы власти, представляющие интересы развития туристского направления, нуждаются в стратегии устойчивого развития туризма. В этой связи Балтийская комиссия по туризму занимается разработкой Программы устойчивого развития туризма в регионе Балтийского моря.

**1. Концептуальные положения**

Устойчивое развитие туризма в регионе Балтийского моря должно обеспечиваться теми, кто «владеет» туристскими продуктами в различных направлениях.

«Собственники» туристского продукта, то есть различные предприятия, несут ответственность за устойчивое развитие и осуществляют сотрудничество в целях его обеспечения в рамках местных партнерств, при поддержке и четком руководстве со стороны местных администраций.

**2. Цель программы**

Основной целью Программы устойчивого развития туризма является обеспечение гарантий того, что туристская деятельность не оказывает отрицательного воздействия на окружающую среду, не выносит пред природным и культурным ресурсам, и при этом является социально и экономически приемлемой и справедливой, удовлетворяющей потребности потребителей и способствуя процветанию отрасли туризма.

**2.1. Задачи программы:**

- достижение общего понимания условий устойчивого развития туризма в регионе Балтийского моря;
- охрана окружающей среды; сохранение качества природных и созданных человеком

ландшафтов, используемых в рекреационных целях; интеграции природной, культурной и общественной среды;

• создание социальных условий, благоприятных как для туристов, так и для местного населения;

• активное участие властных структур, отвечающих за пространственное планирование на муниципальном и региональном уровне;

• дальнейшее внедрение системы экологического менеджмента («SMS») в отрасли туризма, а также разработка методов мониторинга;

• содействие развитию деловых контактов и сотрудничества между туристскими компаниями регионов, окружающих Балтийское море;

• создание в регионах и городах партнерств, с целью стимулирования устойчивого развития туризма;

• обеспечение и повышение конкурентоспособного качества и эффективности отрасли туризма;

• создание информационного центра в форме банка данных, характеризующих устойчивое развитие туризма в регионе;

• применение законодательства, призванного способствовать устойчивому развитию туризма, например, береговых кодексов, рекомендаций Хельсинкской Комиссии (HELCOM), актов о пространственном планировании и землепользовании.

Финское Правительство в Европейской комиссии говорит сейчас о северном измерении, подразумеваая Баренцево море, Балтийское море и арктический регион. Это чрезвычайно важно, потому что побуждает европейцев смотреть не только на юг, но и на север, вновь открывать для себя великолепные европейские, северные территории.

Из статистики общественности, что туризм расширяется: по статистическим данным на международном уровне наблюдается фактический рост на 5 процентов ежегодно. Если анализировать нашу территорию, то мы видим, что в соответствии с международной статистикой к 2020 году, именно в этом регионе будет наблюдаться самый значительный рост туризма. И первоочередная задача, которая стоит перед нами – наиболее эффективно работать в этой сфере: необходимо учитьть то, что люди становятся независимыми, все больше и больше путешествуют, хотят все больше видеть и узнавать. Важно отметить, что очень интенсивно развивается круизный туризм, Балтийское море уже превзошло Средиземное: все больше и больше круизных судов заходят именно в Балтийское море, и задача дальнейшего развития сферы круизного туризма также является сейчас одной из приоритетных.

Если анализировать туристский бизнес и далее, то нужно отметить, что 22 % (то есть одна пятая всех туристов) это туристы, которые, покупают свои вакуумы. У них все включено в эти поездки. Это означает, что необходимо более интенсивное внимание уделять именно этой сфере туризма.

Анализ был бы incomplete без упоминания о сути устойчивого развития. Под «сути устойчивого развития» подразумевается процесс, который включает экологические, культурные, социально-экономические аспекты, необходимые для обеспечения устойчивого развития туризма. Чрезвычайно важную роль играют экономические и экологические аспекты, однако, туризм – это, прежде всего, потребление, которое находится в постоянном движении. Мы должны сделать так, чтобы люди привыкли к нам. Очень важно учитывать, что лишь небольшая часть времени затрачивается туристами собственно на то, чтобы посмотреть и узнать что-то, значительная же часть времени затрачивается именно на покупки какого-то товара или услуг. Таким образом, производство и потребление происходит одновременно в том месте, где осуществляется эта функция туризма. Главный вопрос состоит в том, чтобы разработать поездку таким образом, чтобы люди могли проводить свое свободное время в соответствии с теми потребностями, которые есть у них. Этому должны соответствовать и условия проживания, и услуги, и т.д.

Для того чтобы развивать туризм, мы должны думать о том, что мы на местном уровне можем предложить потенциальному туристу. Вполне возможно, что предприниматели, малые и средние предприятия могут работать совместно для того, чтобы происходило развитие туризма в регионе. Ведь именно здесь, в Балтийском регионе может быть создан продукт, туристский продукт, который будет поддержан на местном уровне, местными предприятиями, местных сестям, собственной продукцией. - это ключевой вопрос, который сейчас мы разрабатываем в регионе Балтийского моря.

Таким образом, по сравнению с другими отраслями туризм непосредственно связан с конкретным расположением Балтийского моря, связан с природой, культурой, с традициями, традициями туризма. И, таким образом, можно четко определить то влияние, которое туризм может оказывать на общество, включая создание новых рабочих мест. Все может, по сути дела, выиграть в результате развития туризма, но при условии совместной работы.

Таким образом, необходимо также разрабатывать стратегические планы на 3-5 лет, необходимо учитывать проблемы управления и проблемы организации.

Мы можем рекомендовать партнерские отношения в этой сфере. У нас есть большой опыт такой практики в скандинавских странах. И те, кто работает на основе партнерских отношений с малыми предприятиями, при поддержке правительства, (что, конечно, тоже необходимо) могут добиться успеха.

Два года тому назад в Швейцарии мы начали разговор об этом, мы начали говорить о привлечении туристов в музеи, гостиницы, и так далее. На самом деле, люди прискаают для того, чтобы получить новый опыт, пообщаться с людьми. Но кто же может организовать эту деятельность, эти мероприятия? Именно всебольшие предприятия. Именно поэтому мы должны изобрести их стать участниками партнерских отношений в этой сфере с ресторанами, гостиницами и так далее. Именно это необходимо для того, чтобы в балтийском регионе создать исключительный, выдающийся туристский продукт, который на внутреннем и международном рынке мы могли бы с гордостью предложить многим желающим.

Конечно, Санкт-Петербург, Хельсинки, Стокгольм – это звезды балтийского побережья, будущее наше именно с ними и связано. Работа Балтийской комиссии по туризму направлена на то, чтобы добиваться устойчивого развития партнерских отношений с Санкт-Петербургом, для раскрытия всех потенциальных возможностей этого города и привлечения максимального числа туристов к 2003 году.

Г-н Луис Альберто Родригес Бланко, Почетный консул Испании в Санкт-Петербурге и Северо-Западном регионе РФ.

Г-н Артура Отис, Директор представительства туристской фирмы «TurИспания» в Москве.

#### ***Развитие туризма в Испании: проблемы и перспективы развития.***

В Испании туризм является одной из основных отраслей экономики. И, конечно, то, что туризм является в Испании стабильно развитой отраслью, – это результат очень длительной работы.

В Испании работают профессионалы в этом секторе, и мы надеяны в туризме будущее не только нашей страны, но и будущее других стран мира.

На чем же основные высокие темпы роста туризма в Испании? Туристская политика Правительства заключается в двух основных идеях: первая идея – это координация, и

вторая идея – это качество.

#### **1. Координация.**

В Испании туристская власть сосредоточена в руках местных органов туристской власти, органов региональных туристских администраций. И, конечно, решаются вопросы и на государственном уровне. Поэтому необходимо, чтобы все туристские администрации работали в тесной взаимосвязи, то есть действия как местных, региональных, так и государственных администраций были скоординированы.

В стране на государственном уровне решается вопрос о том, чтобы различные министерства, от которых зависит развитие туризма и решения в области туризма, (Министерства транспорта, Министерства авиации, Таможни и т.д.) были скоординированы между собой.

В Испании, чтобы успешно координировать сферу туризма, созданы две комиссии. Одна комиссия координирует туристский сектор с одной стороны, и с другой стороны, собственно, государственную администрацию. В эту комиссию входят представители из разных туристских администраций, а также представители от частного сектора. На этой комиссии решаются вопросы политики текущего момента, и планируется политика на ближайшее время, на будущий год. Конечно, планируется рекламная кампания по рубежом и в самой стране.

Другая комиссия координирует министерства. Это 8 министерств: Министерство транспорта, Министерство внутренних дел, Министерство внешних связей, и т.д. Это комиссия на политическом уровне, именно она принимает «глобальные» решения. Если же есть по поводу какого-то вопроса решение принято, то ответственные представители от каждого министерства обязаны реализовать это решение в рамках своего министерства.

#### **2. Качество.**

Тема качества важна как для частного сектора, так и для общественных администраций. Те решения, которые принимаются двумя комиссиями, на местном уровне в федерации предпринимателей координируются и проводятся в жизнь. Приведем один пример: в комиссии, где координируется туристская политика, год назад было принято решение о создании гостиничной комиссии качества на базе гостинничных ассоциаций, представителей от гостиниц. Первая, основная, задача этой организации – помимо звездности гостиниц повысить уровень и качество обслуживания, т.е. речь идет о повышении качества трехзвездочной гостиницы еще выше. Поэтому гостиницы, которые достигли уже высшей категории и все-таки смогли еще повысить качество предлагаемого сервиса, получают на два года марку "Q" (Quality – «качество»). И вторая задача – создать новые стандарты качества гостиничного обслуживания. Существуют международные нормы качества на многие продукты, на многое в сфере обслуживания. Но до сих пор никто не попытался установить стандарт качества на туристское обслуживание. И сейчас в Испании проводится стандартизация на уровне гостиниц. Позже планируется реализовать эту программу в туристских агентствах, на лыжных станциях и в ресторанах.

В заключении разрешите еще раз повторить основные задачи в работе туризма нашей страны: это координация между туристическими администрациями и конкретными предпринимателями на местах. И, безусловно, необходимость повышения качества предлагаемого продукта.

*Голубев Валерий Александрович. Председатель Комитета по туризму и развитию курортов Администрации Санкт-Петербурга.*

### **О перспективах рачительного туризма в Санкт-Петербурге.**

Всем, наверное, сегодня очевидно, что Санкт-Петербург все годы новой жизни России являлся одним из самых стабильных и в экономическом, и внутриполитическом плане регионов. И это неслучайно. Последние действия городской администрации по стабилизации и развитию экономики проходят на достаточно серьезной научной базе. Свидетельством этого является разработка и, по сути дела, внедрение сегодня в жизнь стратегического плана развития города. И вот в этом самом документе, который является очень серьезным стержнем структурирования всех сторон жизни нашего города, туризм занимает, пожалуй, одно из главных мест. Но крайней мере, в числе рабочих групп, которые детализируют положения стратегического плана, шесть рабочих групп посвящены так или иначе всем проблемам, которые затрагивают работу туризма. Это и собственно туризм, это и инвестиции в туризм, это развитие курортного дела и все, что с этим связано. Ни одна из данных отраслей городского хозяйства, пожалуй, не представлена сегодня в Санкт-Петербурге столь перспективной и столь важной. Это неслучайно.

За 300 лет существования города, который создавался и строился по сути дела всей страной, здесь накоплен такой замечательный исторический, культурный, научный, духовный потенциал, который мы сегодня, востребуем или используем буквально на дали пропеллеров.

Комитет по туризму сегодня завершил работу по созданию, по разработке Программы развития туризма до 2003 года. Эта дата выбрана, мы понимаем, в связи с юбилеем города. И вот за эти предстоящие 4 года мы должны создать ту самую, необходимую сегодня, очевидную для нас всех – практиков и теоретиков туризма – структуру, без которой город теряет очень много.

Согодня нам всем понятно, что нужно делать. Я думаю, что такое участие в научно-практической конференции и в выставке, которая проходит, в заглавной выставке на Северо-Западе, – свидетельство того, что здесь собираются достаточно серьезные профессионалы, которые знают, что нужно делать в ближайшее время.

Свидетельство того, что город серьезно обратился к проблеме туризма, можно продемонстрировать одним примером. В бюджет Санкт-Петербурга на будущий 2000 год на продвижение выделяется 15 миллионов рублей. По нашим меркам, по нашим масштабам и приоритетам, это очень значительная сумма. Это значительно превосходит все то, что в последние годы удавалось нам, Комитету по туризму, Комитету по внешним связям, привлекать, так скажем, на избюджетной основе, за счет наших спонсоров, за счет наших партнеров, с участием туристских фирм. Эта сумма позволяет нам достойно участвовать во всех международных выставках, конгрессах, общественных организациях, союзах и так далее.

План мероприятий идет как бы параллельно с теми мероприятиями, которые разрабатываются Комитетом по культуре. Комитет по культуре 28 октября будет докладывать свою программу развития культурной отрасли Санкт-Петербурга Правительству города. Комитет по туризму будет докладывать в начале декабря. В связи с тем, что эта программа сегодня подкреплена реальным бюджетным финансированием, она имеет реальную возможность быть рассмотренной и утвержденной как целевая городская программа с соответствующим прохождением и перемонией утверждения в Законодательном собрании. Тем самым все те мероприятия, которые будут в этой программе, скажем так, отмечены, прописаны, обозначены, они становятся защищенными строками городского бюджета. Они, по сути дела, становятся неотъемлемой частью нашей жизни навсегда.

Поэтому у нас не должно быть какого-то очередного провала в силу тех или иных каких-то коньюнктурных обстояний. Здесь, буквально со следующего года, начнется нормальное продвижение, нормальная поддержка этой отрасли.

Что может быть сделано в ближайшем, следующем году? Один из частных примеров, как можно поднять интерес к Санкт-Петербургу с тем, чтобы действительно жители земного шара узнали о Санкт-Петербурге то, что он из себя сегодня представляет.

Все или, во крайней мере, многие знают, что Санкт-Петербург чем-то похож на Венецию, что это Северная Венеция, что здесь есть Кировский театр, есть Эрмитаж. И не более того, к сожалению. И тот потенциал, которым на сегодня располагает Санкт-Петербург, наподобие нас на мысль предложить туристским компаниям в качестве нового продукта (о нем пока затрагиваю сферу перевозок, размещения, бытового обслуживания) целевую культурную, содержательную часть. Мы хотим разработать 300 новых экскурсионных туристских программ, которые посыпаны тому или иному главному событию каждого из лет жизни нашего города, начиная со дня его закладки. Представьте себе, насколько интересной может быть эта программа в плане разреза событий одного года. Безусловно, она будет захватывать и другие периоды, другие персоны, но такая подача может быть действительно хорошим блоком информации описания этих маршрутов. Если с этими маршрутами мы выйдем на международные выставки, предложены нашим компаниям, занимающимися всесезонным туризмом, занимающимися внутренним туризмом, это действительно покажет потенциал интересности города.

Мы сегодня говорим, что преобразим для такого достойного потока в Санкт-Петербург слуги как бы две причины. Первая – отсутствие необходимой информации, в том числе и на нашем внутреннем российском рынке. И вторая – это отсутствие той инфраструктуры, которая позволила бы привлечь гостей достойным образом. Отсутствие гостиниц в необходимом количестве двух, трехзвездочного уровня, слабые возможности внутренних городских перевозчиков, недостаточно развита сфера обслуживания бытового питания в магазинах. Это все, безусловно, частный раздел индустрии, частный раздел бизнеса, который найдет как бы свой энтузиазм, свое вдохновение в том случае, если в город поплыть потоки туристов. Санкт-Петербург сегодня по данным Всемирной туристской организации занимает восьмое место в мире по привлекательности. Есть и другая статистика, проведенная той же организацией. Сегодня на земном шаре как бы живут 30 миллионов человек, которые считают, что они посетят бы Санкт-Петербург сегодня. Притом, что на сегодня мы в год имеем всего лишь 2 миллиона посещений иностранцев в городе. Сами видите, что если мы активизируем их желание побывать в Санкт-Петербурге, мы можем даже не справляться с этим потоком туристов – людей, которые готовы побывать в городе, не из-за наших внутриполитических и экономических проблем. Это действительно тот контингент, который знает о Санкт-Петербурге, понимает, что он является известнейшим, важнейшим туристическим центром.

На фоне общемирового европейского туристического бума, безусловно, часть этого интереса, часть туристического потока затронет и наш город. И мы к этому должны быть готовы и организационно, и методически, и в правовой отношении. Все эти разделы: и создание необходимых информационных структур, создание государственных учреждений, которые бы занимались обслуживанием туристов, продвижением Санкт-Петербурга, разработкой нового туристского продукта – это все элементы городского плана развития туризма, которые практически уже сегодня начали реализовываться.

Более конкретно с этими предложениями вы сможете ознакомиться буквально после вынесения его на рассмотрение Правительства. Мы же – Комитет по туризму, Комитет по внешним связям, Российская Ассоциация Туристических Агентств – рассматривая сегодняшнюю конференцию, которая является как бы завершающей в этом году, подведем итог всем тем мероприятиям, которые проходили в мире, в Европе и в России. Подведем итог всех тех размышлений, предложений, постановку всех проблем, которые существуют на

сегодня по развитию туризма в России, Санкт-Петербурге. Это будет та теоретическая и практическая подоплека всех тех положений, которые найдут свое выражение в программе развития туристской отрасли Санкт-Петербурга на ближайшие 4 года.

**Никифоров Валерий Иванович, Президент Ассоциации работников туристско-экскурсионных предприятий, отелей и ресторанов Санкт-Петербурга, Советник Губернатора Санкт-Петербурга, Президент «Совет по туризму и экскурсиям Санкт-Петербурга».**

### **Туризм и спорт.**

Наша страна всегда гордилась спортом. И массовым, и «большим». Всегда очень трудно было увязывать спорт и туризм, но в то же время было невозможно разделить эти два понятия, потому что у нас они сливались в одно, особенно для тех, кто был знаком с самодельным туризмом. В нашей стране самодельный туризм, туризм вообще, да и спорт никогда не были сервисными, как во многих цивилизованных странах и к чему мы сейчас пришли. У нас есть самодельный туризм, правда, не в тех масштабах, которые были, но сервисный спорт мы пока так еще и не организовали.

О проблемах крупномасштабных международных соревнований. Проблемы те же, что и во всем мире. Прежде всего, это организация спорта. Отсутствие средств, скоординировано выданных на организацию крупномасштабных спортивных мероприятий. Отсутствие кадров, которые могут сделать все так, как нужно. И я считаю, как и многие представители туризма, что это отсутствие тесных связей с турфирмами, которые могут на более высоком уровне помочь проработать спортивные мероприятия.

Проблема большая. Я на примере чемпионата мира по хоккею, который мы сейчас готовим все вместе с вами, могу сказать – серьезная проблема. Когда готовятся крупные мероприятия, такие как Игры доброй воли, Чемпионат мира, Олимпийские игры, проблем много: отсутствие денег, несогласованность среди организаторов этого крупного соревнования, отсутствие даже до недавнего времени цен на билеты, отсутствие количества расписаний по подготовке количества матчей в день. 4 матча в день даже в таком крупном городе, как Санкт-Петербург, провести очень сложно, а без туритских фирм это вообще невозможно.

Без правильного распределения мест в гостиницах и пакета билетов, которые продаются на спортивные мероприятия, это вообще сложно. Я посмотрел у организаторов, в том числе, иностранных, на подготовку спортивных мероприятий. Они просто довольны тем, что проводят такие спортивные мероприятия и больше ничего.

Если это такие крупномасштабные мероприятия, как чемпионат мира по футболу, они не нуждаются в рекламе, к ним готовятся годами все. Весь мир. И билеты на подобные мероприятия раскупаются моментально, идет громадный ажиотаж, стоимость билетов в сотни раз поднимается. Но такие мероприятия, которые мы любим, например, хоккей, они, как правило, не пользуются таким высоким спросом у болельщиков.

Последние три чемпионата по хоккею: Чемпионат мира по хоккею в Осло, Стокгольм и Хельсинки, показали, что даже на финальные матчи можно купить билет за половину его фактической nominalной стоимости. И здесь, конечно, недооценка организаторами соревнований роли турфирм. У нас в Санкт-Петербурге очень много организаторов соревнований проходит в последнее время. Это прежде всего гонки на

воде "Формула 1". Наверное, вы все видели, как по Неве несутся прекрасные спортивные корабли. И ведь это самый лучший в мире естественный стадион (в районе стрелки Васильевского острова). Трибуны - это мосты и набережные Невы, пляж Петропавловской крепости. На 300 тысяч человек. Такого стадиона больше нет. И опять же, хорошо – горожане придут. На первый матч приходило всего 50 человек туристов. На второй мы добились (у нас очень тесная связь с турфирмами и организаторами этого соревнования) – уже 3000 человек из-за рубежа приезжают специально на эти соревнования.

Санкт-Петербургский теннисный турнир входит в число крупнейших по масштабу соревнований. Что мы предлагали на первые матчи нашим спортсменам, выдающимся спортивным мирового уровня, которые играли на кубок? Мы могли предложить только рыбалку и ночные клубы, которые они сами найдут. В театры, музеи они сами, как правило, не идут. Пока организаторы соревнований не связались с туристскими фирмами, экскурсионными, бро, которые квалифицированно, профессионально могут составить программу для спортсменов высокого ранга. В результате они попали в театры, пошли даже в кино. К нам стали возвращаться даже наши спортсмены, которые с преображенiem относились к российским чемпионатам, такие как Кафельников, например.

Я застроил эту проблему, потому что без связи турфирм и организаторов спортивных соревнований крупномасштабные соревнования провести невозможно.

Еще одна проблема – это отсутствие средних и малых спортивных центров, благоустроенных клубов. У нас есть тенисные клубы, уже есть конноспортивные клубы, есть яхт-клубы. Но они не отвечают современным требованиям, которые предъявляются сейчас к спортивным мероприятиям. Турист приехал в Санкт-Петербург, он посетил музеи, посетил рестораны, театры. Он хочет два часа в день уделять внимание спорту. Как вы думаете, что могут предложить лучшие гостиницы Москвы и Ленинграда в части бассейнов, тенисных кортов, спортивных конных баз и яхт-клубов? Ничего наши пятизвездочные гостиницы не могут. У них даже в консервере нет в программе этого, за исключением нескольких гостиниц у нас и в Москве. Это тоже обедняет времяпрепровождение туриста в нашей стране. Культурная программа есть, спортивной программы нет. Нужно строить хорошие, благоустроенные, горячебальнеевые спортивные центры.

Сейчас в Санкт-Петербурге с помощью администрации такая программа внедряется в жизнь. Создан международный центр въездного туризма. Он оказывает большую роль в организации всех спортивных мероприятий, которые проводятся в городе. Это мы провели чемпионат мира по бальным танцам, чемпионат мира по санному спорту, чемпионат мира по фигуристическому катанию. Прекрасный образец того, как сейчас нужно организовывать туристов – это матч "Зенит" – "Болонья". Три самолета были заполнены командой "Зенита". Это было поручено Совету по туризму, как раз наш международный центр занимался этим. Разместили их в хороших гостиницах. Ни одного нарекания в адрес наших болельщиков-фанатов. Были опасения, что они побьют стекла, как это обычно делается. Но когда они прилетели, их расселили в нормальном месте, что даже багажку бросать неудобно. Все прошло благополучно. Среди 20 тысяч зрителей было и наших 5 тысяч. Это тоже заслуга туристской фирмы. Что бы было, если бы не было инициативы туристской фирмы? "Зенит" слетал бы в составе 32 человек, еще привезли 20 спонсоров, вот, что бы и закончилось посещение Болоньи. Также и обратный матч, когда "Болония" была у нас в Петербурге. Тоже мы оказывали помощь итальянской "Гефози" и их болельщикам, которые присутствовали. Очень полезный опыт. И я вам скажу, что во многих отраслях спортивной науки или туристской практики, мы обогнали даже многие цивилизованные страны мира. Поэтому что с помощью наших высококвалифицированных ученых, экономистов, которые перешли на поприще туризма (немножко с уважением других сфер нашей экономики), я думаю, что мы сейчас по научному развитию опередили многих отраслей нашей экономики.

**Сувенирная продукция:** Вот я был на чемпионате мира в Бордо, один матч смотрел Хорватия и Аргентина. Зайди в любой магазин – везде есть сувениры. Я даже вино привез.

бутылки в виде мячей футбольных, в виде кубков и так далее. Сейчас готовится у нас чемпионат мира по хоккею, вы найдите какой-то сувенир, кроме майки или кепки? И здесь роль тоже туристических организаций большая. Можно придумать все, что угодно.

Поэтому сувенирная отрасль индустрии для туризма пока еще у нас не развита и требует особого внимания.

Проблем много. И они одинаковы во всем мире. Но думаю, что, если мы подумаем и начнем деньги, заработанные на туризме, вкладывать, в том числе, и в структуру спортивного туризма, как это делают некоторые фирмы, то мы получим несомненно только положительный результат как для города, так и для России в целом.

Вот такие проблемы, которые есть, сожалению, у любого города. О других проблемах можно говорить также очень долго – это различные «мятежные зоны» (курды, Чечня), которые мешают нормальному развитию туризма. Ведь это тоже проблема для организаторов крупномасштабных мероприятий. Большие рок-группы, крупные спортивные команды отказываются ехать в страну, где существуют «мятежные зоны». Но это – тема другого исследования.

Г-н Фредерик Клаус. Представитель ПРООН в Российской Федерации.

#### **Результаты исследования ПРООН по развитию туризма в Российской Федерации.**

Организация объединенных наций и ПРООН в России занимают следующую позицию: туризм должен развиваться на благо всех. Не только на благо богатых туристов. Что значит разрабатывать, развивать туризм для всех? Очень важен системный подход. Естественно, также важен экономический момент, потому что туризм может создавать новые рабочие места и зарабывать средства для страны. Важным является и момент устойчивого развития, который способствует не только экономическому, но и социальному развитию.

Кроме того, если туризм правильно управляется, он также способствует сохранению традиций культуры, ваших традиций, вашей культуры. Если этого не происходит, то может произойти разрушение культуры, окружающей среды. Таким образом, когда мы смотрим на все эти процессы, туризм представляется нам единичным сектором. Невозможно согласиться с теми, кто говорит, что туризм связан только с социальными секторами. Туризм связан со многими секторами. Это, прежде всего, отрасль, которая связана с экономикой. Потому что речь идет о спорте, о перевозках, о транспорте, о социальных аспектах, – это, по сути дела, единичный сектор. И Российской Федерации в этом смысле недавно сделала очень важный шаг вперед. Надеюсь, что в будущем мы не будем больше говорить о спорте и о туризме отдельно, а будем рассматривать их как нечто единое. В рамках программы ПРООН мы работали с Комитетом по развитию спорта и туризма с 1997 года и с соответствующим комитетом Думы. Нами было окажано содействие в оценке развития туризма и спорта в России, основные направления этой оценки следующие.

Во-первых, для получения комплексной оценки состояния отрасли нами было проведено исследование. Соответствующим региональным Комитетам были разосланы материалы с вопросами, касающимися организации работы государственных и частных структур в туризме и спорте, координации действий, (которые уже существуют и существовали на тот момент), потенциала развития отрасли и т.д. Конечно, этот обзор был недостаточен для того, чтобы понять ситуацию с туризмом.

Второй аспект исследования был связан с конкретными действиями в ряде регионов.

Для нас было важно, прежде всего, определить те районы, которые имеют большой потенциал. По результатам исследования такими можно назвать: Камчатку, Байкал, Нижнюю Волгу, (от Казани до Астрахани). Золотое Кольцо, Москву – Петербург и регион Черного моря. Мы не можем, конечно, утверждать, что это единственныe регионы, где туризм будет развиваться в будущем. Мы просто говорим о том, что развитие туризма, естественно, требует развития стратегических идей. И на первом этапе лучше работать над развитием туризма именно в этих регионах, чем в Якутии или в Коми, например.

Еще одним важным выводом по результатам исследования стало выделение сильных и слабых сторон российского гидропродукта.

Анализируя сильные стороны, можно сказать, что культура, конечно, является очень сильным моментом в России. Это вовсе не означает, что экотуризм и другие формы туризма не имеют права на существование. Они, естественно, могут существовать. Это и морские, и санаторные курорты. Но, кроме этих элементов, ключевым фрагментом для России является культурный туризм. И это очень сильная сторона, очень мощный потенциал России. Что было также выявлено? Что в целом вследствие развития в советский период, люди, занимающиеся туризмом в России, работающие в музеях, экскурсоводы, в частности, тщательно подготовлены. Третья сильная сторона туристического продукта в России – это большое количество объектов в России. Страна большая, помимо культурных объектов могут быть разработаны и различные другиеации.

Возвращаясь к слабым моментам, в первую очередь нужно выделить не достаточно высокий уровень обслуживания и качества турпродукта. Они значительно ниже международных стандартов. И в то же самое время деньги, которые требуют за эти услуги, очень большие. Пятизвездочные гостиницы в России не дают того же качества обслуживания, которое можно получить в других странах мира.

Было также отмечено, что инфраструктура, в частности, спорта является достаточно слабой. Стандарты безопасности также недостаточно высоки, авиакомпании недостаточно высокого качества. В России довольно трудно добираться до целого ряда мест: на это уходит много времени, большие периоды ожидания.

И еще один момент, который был определен, это недостаточное количество трехзвездочных гостиниц.

Каковы же возможности России?

Во всем мире люди все больше и больше проводят времени в путешествиях. Начиная с 90-х годов, в России тоже люди все больше и больше тратят времени на путешествия во время своего отпуска (конечно, в кризисные периоды люди не могут эти желания осуществлять).

Строго на культуру в мире все время растет. Людям, уже мало просто оставаться на пляже, они хотят встречаться с людьми, в том числе и в России. Поэтому Россия является чрезвычайно интересным объектом для туристов. И это очень богатый потенциал, культурный аспект этого потенциала, должен быть в значительной степени развит.

Еще о возможностях. Очевидно, с этим связана и те события, которые будут отмечаться. В этом году – это годовщина рождения Пушкина, в ближайшее время – 300-летие города. И в рамках этих важных событий, конечно, можно будет работать над привлечением туристов. Но каковы же здесь опасности, стоящие на пути этого? Это нестабильность. Она играет чрезвычайно отрицательную роль и за границей, и в России. Кроме того, местная стратегия в этом секторе также может сыграть отрицательную роль. В Петербурге уверяют, что подобная стратегия существует, но в других регионах, похоже, четкой стратегии нет. Что же такое стратегия? Стратегия – это чёткое определение приоритетов, целей. Когда определены задачи и цели, когда проведена оценка ситуации, необходимо формулировать и определить пути, которые позволят достичь этих целей, либо используя человеческие ресурсы, либо используя финансовые ресурсы. И очень часто в России не хватает финансов, но если проект действительно хороший, то финансы всегда можно найти

(например, за счет инвестиций). Если проект достаточно хороший, ясна его стратегия, ясны цели и задачи, то финансирование не будет проблемой ни в России, ни где бы то ни было в мире.

Еще одна опасность на пути развития туризма в России - отрицательный имидж страны в целом. За границей Россия описывается очень часто в терминах коррупции, преступности и различного рода проблем. Может быть, они и не существуют, эти проблемы. Но таких имиджей, такова картина. И когда кто-то приезжает в Петербург, тогда неважно, коррупция и преступность являются ли факторами или нет, когда они хотят обратиться к кому-то по-английски, когда они хотят иметь возможность прочитать название улиц, они сталкиваются с проблемами, потому что они по-русски не говорят, они не знают кириллицы. И когда они видят, что некоторые улицы в городе ночью не освещены, они, естественно, не чувствуют себя в безопасности. Таким образом, несмотря на то, что этот негативный имидж может быть, и не является основанным на реальных факторах, он может быть связан с психологическими факторами, которые только усиливаются, когда человек сталкивается с этими, может быть, несущественными проблемами.

Еще один момент: на протяжении ряда лет вице-президент Комитета по спорту и туризму также занимался вопросами туристических агентств. В большинстве стран есть четкое разделение функций между общественными и государственными функциями. И не может быть такого, чтобы один и тот же человек занимался частной деятельностью, частным бизнесом и государственным.

Здесь также необходимо говорить о партнерских отношениях: в настоящее время они в недостаточной степени развиваются в России. Нередко частные участники этого процесса, собственно, не имеют права голоса, когда речь идет о развитии туризма в Российской Федерации. Но общественный, государственный сектор должен, конечно, учтывать, что он издает постановления и законы), способствовать и инвестиции. Он должен работать совместно с частным сектором, потому что инвестиции невозможны без этого партнерского взаимодействия в развитии туризма.

Таким образом, в завершении этого анализа нужно сказать следующее. Первый этап нашей работы - составление общего обзора сферы туризма и спорта завершен, мы ждем окончательных результатов по обзору ситуации, который проводится в субъектах федерации. Следующим этапом станет организация конференции, в которой будут участвовать государственные структуры и представители частного сектора. Вполне возможно, подготовка этой конференции будет проведена совместно с ЮНЕСКО и с организациями Испании

Кроме того, мы готовы предложить Администрации Петербурга и Москвы осуществлять поддержку в организации Информационных центров и Советов по туризму. Что такое Совет по туризму? Это форма, в рамках которой представителям частного сектора дается возможность обмениваться мнениями, разрабатывать политику, отслеживать выполнение этой политики. Это возможность для жителей города получить максимальный объем информации о том, что происходит.

Почему необходим подобного рода центр? Дело в том, что когда турист приезжает в ваш город, он должен иметь возможность, приехав домой, рассказать о том, что такое Петербург; что такое город Владимир. Таким образом, когда человек оказывается в вашем городе, когда этот человек приходит в вашу компанию и просит информацию, вы должны иметь возможность дать ему очень хорошего качества услуги. И если этот человек получит этого рода услугу, получит информацию, то это будет работать на благо вашему городу. И именно информационный центр может сыграть здесь свою роль, очень трудно будет развивать туризм без подобного центра.

Организация Объединенных Наций работает в России для того, чтобы оказать вам помощь, содействие. Безусловно, если сможем вам оказать помощь, готовы и рады ее оказать.

*Стороженко Николай Афанасьевич. Президент Всемирной Федерации бальнеологии и климатологии, Президент Национальной Курортной Ассоциации, заслуженный врач РФ, академик.*

### **Государство и курортное дело.**

Когда человек молод, он занимается спортом. Когда человек уже не может заниматься спортом, он начинает заниматься туризмом, как правило. Когда тряпится здоровье на спорт и на туризм, он обращается к курортному лечению для того, чтобы заниматься и спортом, и туризмом уже в меру своих физических возможностей. Поэтому курорты, туризм и спорт действительно являются отраслями, которые направлены на сохранение здоровья нации в любом государстве.

Каким же образом государство влияет на то, чтобы курорты были доступны для пользования населения этих стран? Хочется сразу отметить, что Ленинградская область обладает колоссальным курортным потенциалом, который можно сравнить с потенциалом самых крупных стран мира.

В нашей стране очень интенсивным в этом смысле является подмосковный курортный регион. Количество людей, которое он принимает на лечение, конкурирует с Краснодарским краем. И на третьем месте - районы Ленинградской области - это очень интенсивно развитая курортная зона. Поэтому не зря в Петербурге проводятся выставки и ярмарки по курортной отрасли совместно с туризмом. Это первое.

И второе. Может быть, кто-то не знает, откуда началось курортное дело в России. С этих регионов. В частности, с минеральных вод, когда 281 год назад Петр I построил первый российский курорт. И вот уже 281 год мы отмечаем существование курортного дела в России.

Каким же образом построено курортное дело в некоторых странах? Мы проанализировали источники очень многих стран. Во Всемирную курортную федерацию входит 46 стран мира. мы получили данные о курортном законодательстве, о социальном законодательстве, о роли дерзких актов в развитии курортного дела многих стран мира. В частности, в России есть Закон о развитии курортного дела и об особо охраняемых территориях. Закон экологический, охраняющий курортное дело. В России есть федеральная целевая программа развития курортной зоны России в 26 регионах. В общем, в России за последние три года Комитетом сконструирована хорошая нормативно-правовая база для развития курортного дела.

Надо отметить, что сегодня в России существует 4,5 тысячи курортных учреждений, которые имеют свыше 500 тысяч мест, примерно 225 тысяч - это санаторные места, где люди получают непосредственное лечение. И таких учреждений у нас имеется 1026. Россия имеет колоссальный материал. И в частности, на улице неиспользованных вод выливается ежесекундно 500 тысяч кубометров России. Если бы это все было основано и направлено на оздоровление российской нации, я думаю, что мы с вами сейчас не мерзли бы, а купались в термальных источниках и укрепляли бы свое здоровье.

Например, в странах, где наиболее развита индустрия курортного дела, где оно является частью национального дохода, государство оказывает серьезное содействие развитию курортов через субсидии, лотации из федерального бюджета иных фондов. В частности в Германии, например, есть 264 курорта, из них 77 процентов находятся в муниципальной собственности. 8 процентов - в земельной собственности и на 40 курортах (или 15 процентов) превалирует частная собственность. В то же время в большинстве мест проживания, практика курортника находится в частном или акционерном владении. При различных видах собственности курортные учреждения действуют чаще всего в организационно-правовой форме "Общество с ограниченной ответственностью". Все они

равны перед законом и имеют одинаковое налогообложение. Даже в частном курортном предприятии получают федеральные, земельные или муниципальные льготы и субсидии, которые выражаются в создании и содержании инфраструктуры, благоустройстве курортной зоны, уделевшими некоторых тарифов по коммунальному обслуживанию лечебных учреждений, так далее. Причем половина затрат курорта, как правило, возвращается в курорт из федерального бюджета.

Из опыта скажу, что, если вы хотите построить курорт в Германии, то государство дает вам 50 процентов средств на строительство. 50 процентов вы находите либо за счет частных компаний, либо уже земельные власти вам дают, как правило, 25 процентов - это земельный бюджет, и 25 процентов из оставшихся 50 - это частные компании. У нас, к сожалению, дело обстоит несколько хуже.

Налоги на деятельность лечебниц, пансионатов, гостиниц, ресторанов и других предприятий, обслуживающих немецких курортников, в общей сложности составляет 21 процент от доходов предприятий. Сумма налога на добавленную стоимость и прибыль может reinвестироваться в развитие курорта, обновление оборудования лечебниц, пансионатов и других учреждений. Пятая часть налоговых начислений не вносится в бюджет, а остается в распоряжении владельца, но используется только по назначению и под контролем государственных органов. Резюме политики.

Оплата курортного лечения идет в основном из страховых и пенсионных фондов через больничные кассы, которые заключают ежегодно договора с курортами. Каждый гражданин Германии имеет право на курортное лечение один раз в четыре года. А в случаях хронических и иных заболеваний - ежегодно. Это решение выносится специальной комиссией, которое обязательно.

Трудящиеся, нуждающиеся в реабилитации после серьезной болезни, направляются на стационарное лечение на курорте на 28 дней, причем с оплаченным больничным листом. 90% стоимости лечения и проживания в пансионате или клинике на курорте и питание оплачивает страховая компания. А трудящиеся, нуждающиеся в оздоровлении, направляются на амбулаторное лечение, за которое они платят 10% от его стоимости. И причем им тоже оплачивается больничный лист. То есть обеспечивается курортное лечение, и человек не теряет свой отпуск.

Ежедневно в кассе оплачиваются 15 марок в качестве дотации за жилье и питание в течение 21 дня. Пенсионеры, как правило, находятся на стационарном лечении. продолжительность которого зависит от предписания врача, и их взноса в пенсионный фонд за период трудовой деятельности.

Соответствующие законы включают условия и порядок медицинского и пенсионного страхования и применяются бундестагом в Германии, в функции которого также входит осуществление надзора за деятельностью министерства здравоохранения, государственного страхового фонда и частных страховых компаний.

Федерация германских курортов обединяет все курорты, представляя их в переговорах между бундестагом и курортами и министерством здравоохранения. В рамках Минздрава Германии существует Федеральная комиссия по лицензированию курортов, в которую входят представители территориальных министерств, а также представители земель Германии. Она вырабатывает критерии курортов в лечебно-оздоровительной, климатической и экологической областях, а также в отношении квалификации медицинского администрации-управленческого персонала. Государственные органы земель следят за исполнением этих требований, выдают курортные лицензии или лишают их этих лицензий. Этот процесс в восточных землях имеет специфику, естественно. Органы управления земель и муниципальности обеспечивают в соответствии с федеральными законами бесперебойное функционирование курортов, расположенных на их территории. В необходимых случаях поддерживает их кредитами и субсидиями, участием наиболее важных для развития курортных инвестиций.

Швейцария. Здесь наиболее широко известная образцовая постановка курортного дела. В провинциальных кантонах и власти муниципалитетов финансируют строительство курортов и обеспечивают экологическую охрану мест курортов. При этом ассоциация врачей каждые 5 лет проводит всестороннюю проверку курортного региона и высказывает рекомендации, которые обязательны для исполнения санаторием. Особенно это касается списка курортов, располагающих клиниками реабилитации.

Установлены шкалы выплаты цен из больничных касс для лечения в курортах, верхний предел которых - оплата всех видов лечения, как таковая, плюс 10 швейцарских франков в день на оплату за проживание в гостинице, которые, как правило, частные. Работать на швейцарских курортах (тоже интересно) могут только специалисты, получившие соответствующее образование, - дипломированные врачи и профессиональный средний медицинский персонал. Квалификация врачей, в частности, на важных основных курортах, контролирует Общество бальнеологов в ходе комплексных проверок курортов.

В Италии развитие курортов тесно связано с туризмом. Это реальные доходы местных бюджетов, часть из которых обязательно направляется на развитие курортов и благоустройство источников.

При запросе на открытие и эксплуатацию водолечебных лечебниц закон предусматривает необходимость приложить к нему заявление врача, имеющего соответствующую специализацию, берущего на себя ответственность за медицинское руководство данным учреждением. Согласно закону 1989 г. каждая лечебница имеет медико-санитарную дирекцию, в которую входит главный врач. И обязательно главврач должен иметь одну из следующих специальностей: гидрология внутренних болезней, биология, ревматология, физиотерапия, ангиология, геронтология, спортивная медицина, гинекология, а также сертификат, разрешающий этому врачу практику курортного врача на 5 лет. Причем он может руководить здравницами в сумме не более чем 600 коек.

Закон определяет особую ответственность и функции врачей, работающих в курортных структурах. В особенности, главных врачей, назначение которых на должность осуществляется исключительно с учетом их социальной значимости, специальной подготовки и профессионального стажа.

В России в других странах имеется целый ряд институтов, которые занимаются подготовкой кадров.

Интересная ситуация сложилась в Японии, где принят закон о развитии комплексных курортных зон. Принят он в 87 году. Согласно этому закону основные направления развития курорта, охрана внешней среды, природных ресурсов, каждый из 41 таких зон, определяется с межминистерской комиссией, возглавляемой государственным министром, и согласуется с местными органами власти. Причем, это публикуется заблаговременно, обнаруждается с соответствующей программой, проекты, куда вносят соответствующие поправки население, чтобы не тратились даром ресурсы.

Контроль за функционированием и развитием курортов возложен на местные органы власти. Закон предусматривает особый льготный режим налогообложения курортных учреждений, финансирования, субсидии курортных объектов со стороны госорганов, и, в случае необходимости, финансовые гарантии со стороны государства. Местные власти организуют и несут зачетную расходы по строительству курортных учреждений, внося как частный капитал, так и средства из страховых фондов.

В скандинавских странах пребывание пациентов на курортах в большинстве случаев полностью оплачивается из федерального либо местного бюджетов, либо из страховых фондов.

В Дании, где здравницы находятся под юрисдикцией местных органов власти, имеются специально созданные комиссии, которые рассматривают медицинские заключения потенциальных пациентов курортов и принимают решения о необходимости лечения и степени его оплаты либо за счет местных бюджетов, либо за счет министерства

здравоохранения, либо за счет страховых компаний. Если они не находят основания для оплаты его, то они рекомендуют пациенту самому за свой счет покупать на курорте лечение.

В Финляндии предпочтение для лечения на курортах получают инвалиды, ветераны труда, пенсионеры и иные лица, нуждающиеся в социальном лечении. Закон Финляндии об охране здоровья населения это гарантирует. В целом 85 процентов пациентов лечатся либо бесплатно, либо получают большие льготы. Кстати, у нас в России около 70 процентов тех, кто лечится на курортах, получают льготные путевки.

Следует отметить, что в большинстве стран природные лечебные и минеральные ресурсы принадлежат государству.

Несколько слов об эффективности курортного дела. Хочу сказать о том, что многие страны, действительно, понимают, что курортное дело - это очень мощный фактор, восстанавливющий трудовые ресурсы, короче - восстанавливющий здоровье. Я вам приведу несколько цифр. Нам всем известна высокая эффективность курортного дела. Например, 89 процентов больных, которые перенесли инфаркт миокарда, возвращаются к трудовой деятельности, причем 50 процентов из них - к полной трудовой деятельности, в полном объеме и на прежнее место работы. Это те лица, которые прошли санаторный этап послеинфарктного лечения. Если они не проходили этот этап, то только 14 процентов возвращаются к полноценному труду. Мало того, частота повторных инфарктов у лиц, прошедших курортную реабилитацию, в два раза меньше. Короче, мы в два раза больше сохраним жизни людей, которые прошли санаторный этап после инфаркта миокарда. Затраты на лечение постинфарктных больных (это, кстати, давние еще времена Советского Союза и постсоветского периода) оккупятся в 7-кратном размере. Содержание курортов выгодно. Просто мы это не ценим, мы считаем, что они убыточные. А на самом деле курортное дело определенно выгодно. Потому что люди меньше умирают.

Очень высокий эффект достигается при санаторной реабилитации больных с заболеваниями опорно-двигательной системы, пищеварения и других. Например, в 6 раз уменьшается число обострений и в 2-3 раза снижается временная или стойкая нетрудоспособность у лиц, прошедших санаторно-курортный этап реабилитации.

Комплексное лечение больных, страдающих болью в спине, в таких лицах в мире 80% (80% населения планеты страдают болью в спине различной этиологии), дает стойкий эффект от 8 до 12 месяцев после курорта.

И последнее. Говоря о социальном значении, занятости населения (что французские данные, четкие данные), что каждый курортник, присезжающий на курорт, обеспечивает работой 4 человека. Это, начиная с покупки билетов, с тех же туристских фирм. И специалист определению, то есть как раз те, которые заняты в этом деле. Короче, 10 человек прямо или косвенно заняты одним курортником. Одни курортник прямо или косвенно обеспечивает работу десятим лицам.

отраслей мирового хозяйства. Об этом свидетельствует тот факт, что на сферу туризма приходится около 10% стоимости мирового валового национального продукта, 7% мировых инвестиций, 11% мировых потребительских расходов, 5% всех налоговых поступлений. Данные цифры демонстрируют прямой экономический эффект функционирования мировой индустрии туризма. Иностранный туризм способствует стабилизации платежного баланса принимающей страны, а также созданию резервов иностранной валюты.

Результаты исследований, проведенных Всемирным Советом по туризму и путешествиям, показывают, что туризм является не только крупной отраслью экономики в мире, представляющей широкое поле деятельности для предпринимательства, но также и мощным генератором рабочих мест. В настоящие времена сфера туризма обеспечивает занятость выше 100 млн. трудящихся, то есть каждого 16 рабочего в мире.

В странах Европейского союза каждоеальное рабочее место связано с туризмом, в Восточной Европе - каждые двенадцати. В России, по подсчетам специалистов, число рабочих мест, связанных с туризмом, составляет на сегодня от 500 до 600 тысяч. Таким образом, в России по самым оптимистичным расчетам туризм предоставляет лишь одно рабочее место из 300, то есть в 30 раз меньше, чем в среднем в мире. В Санкт-Петербурге в сфере туризма заняты 5% работающих. Эксперты Всемирного Совета по туризму и путешествиям предсказывают, что в 2005 году индустрия туризма прямо или косвенно покажет на создание 144 млн. новых рабочих мест в мире.

Всемирная туристская организация испано приняла стратегическую программу из 8 пунктов для ориентации правительств и туристской индустрии в области развития туризма до конца столетия и последующий период. Каковы же эти пункты?

Во-первых, это создание новых разнообразных продуктов услуг и рынков. Во-вторых, вовлечение местных сообществ в планирование и эксплуатацию туристских ресурсов. В-третьих, развитие партнерства между государственными организациями и частными компаниями. В-четвертых, произведение добавочной стоимости. В-пятых, инвестиции в окружающую среду. В-шестых, устранение любительского подхода. В-седьмых, улучшение взаимопонимания между местным населением и посетителями. И восьмое, последнее, что было определено, - это наращивание масштабов и более точная фокусировка маркетинговых и рекламных программ.

Необходимо также отметить существенный мультиплективный эффект развития туризма, его воздействие на сопряженные с ним отрасли экономики, такие как транспорт, связь, строительство, торговлю, пищевую, легкую промышленность и др. Развитие сферы туризма способствует, как известно, повышению уровня образования, совершенствованию медицинского обслуживания, внедрению новых средств распространения информации и так далее. Туризм оказывает влияние на сохранение и развитие культурного потенциала, ведет к гармонизации отношений между различными странами и народами, заставляет правительства, общественные и частные учреждения и организации активно участвовать в деле сохранения и оздоровления окружающей среды.

С развитием научного знания туризм представляется как бы системным объектом, многослойной системой открытого типа, который предполагает анализ туризма как специфического, социально-экономического явления и вида предпринимательской деятельности. То есть данная система имеет, с одной стороны, собственную структуру и многообразие структурных связей, с другой стороны, сама является составной частью более сложной суперсистемы. Вследствие чего изучению должны подвергаться не только внутренние связи данной системы, то есть туризма, но и взаимодействие с другими системами, прежде всего с учетом стратегического развития.

Именно государственно-политика туризма оказывает первоочередное влияние на стратегическое развитие туризма. Поэтому, научное обоснование такой политики является объективно необходимым элементом в стратегическом планировании туризма. Второй, и не менее важный фактор стратегического развития туризма - реализация стратегических целей

Кузнецов Юрий Викторович, д.э.н., профессор. Президент Академии Туризма.

### Роль научных исследований в стратегическом планировании туризма.

Туризм затрагивает все сферы деятельности современного общества: экономику, культуру, социальную жизнь. И настолько же многообразен подход и в стратегическом планировании, в стратегическом регулировании, если говорить о государстве. Туризм уже давно рассматривается как одна из наиболее доходных и интенсивно развивающихся

туристскими компаниями.

Анализ показывает, что компании, успешно конкурирующие в сфере туризма, руководствуются тремя стратегическими методами, применяемыми как отдельно, так и в сочетании:

1. развитие действующего продукта по сложившимся направлениям туризма;
2. расширение географических поездок и продаж за счет новых районов туристского назначения;
3. введение встречных сфер туристской деятельности, в том числе через создание новых компаний.

И здесь определяющую роль играют научно-обоснованные методы. Правильный выбор целей определяет эффективность деятельности. Результативный менеджер делает дело правильно, а менеджер, действующий эффективно, делает правильное дело. Без эффективности результативности мало что значит. Можно работать весьма производительно какое-то время, но неправильный выбор целей приводит к нулевому результату.

Таким образом, только на основе научных исследований можно определить стратегические цели и способы их достижения, чтобы достичь максимальной эффективности развития туризма.

Сергей Эрик Иосифович – действительный член Академии туризма, зав. кафедрой экологии Международного банковского института, профессор.

#### **Экологические характеристики туристических маршрутов в Санкт-Петербурге и на Северо-Западе Российской Федерации в целом: содержание, значение, проблемы и пути их решения.**

Туризм сегодня – это одно из реальных и действенных условий объединения, сближения менталитетов и возможностей государств. Это очень важно. Взаимопроникновение культур – безусловная основа любых межгосударственных связей сегодня, в значительной мере как раз базируется на туристической активности.

Если говорить о туризме, то он должен совершенствоваться, как любая форма нашей деятельности. И вот здесь одно из важнейших направлений совершенствования этой деятельности и, прежде всего, раздумья о том, каким образом предотвратить какую бы то ни было малейшую опасность известь для здоровья потенциального туриста, – эта проблема для всех нас сегодня имеет первостепенное значение. Задача заключается в том, чтобы турист, приехав в какую бы то ни было страну, в том числе в нашу, уехал из нее здоровым.

Какие же причины существуют для того, чтобы полагать, что эта проблема имеет право на самостоятельную разработку и самостоятельное решение? Имеются, по меньшей мере, пять возможностей для того, чтобы каким-то образом возникла неблагоприятная для туриста ситуация.

Первое – это перспектива травматизма, потому что возникновение травматически опасной ситуации – это вероятностный процесс.

Второе – это нарушение систем органов пищеварительно-транспортного конвейера, если будут не соответствующими качеству пища и питьевая вода.

Третье, вот это очень важно – если туристический маршрут будет частично пролегать по пространствам, в пределах которых находятся очаги возникновения особо опасных инфекционных или заразных заболеваний. Это обычно предусматривается, но не всегда. В

частности у нас предусматривается в большей мере, чем за рубежом.

Четвертое, если туристический маршрут проходит по территориям или по акваториям, которые оказываются в зоне геохимических провинций, геохимических аномалий, зон рассеяния особо опасных загрязнителей или в зонах геофизических аномалий, например магнитных. У нас это предусматривается весьма щадительно, за рубежом – далеко не всегда. Вместе с тем, эти зоны и пространства, районы рассеяния имеют природное происхождение, они все картированы. И, конечно, принципиально, чтобы любая туристическая, подчеркнув, организация имела представление об этом.

И, наконец, пятое, это экологическая безопасность, связанная с деятельностью человека, с урбанизацией, связанная с техносферой и транспортом.

Хотелось бы остановиться более подробно на том, от чего зависит возможность возникновения экологически обусловленной заболеваемости, на конкретном туристическом маршруте. Для того, чтобы это стало понятным, нужно понимать одно: любой туристический маршрут – это пространство с распространенным характеристиками и параметрами этих характеристик. То есть это неоднородные по качеству условия природной окружающей среды и по качеству условия жизни пространства. Это принципиально.

Основные характеристики, которые необходимо учитывать и которые не учитываются ни у нас в должной мере, ни за рубежом, это наличие в пространстве туристического маршрута химических соединений 5 классов. Первое – это ионы тяжелых металлов (первая очередь поливалентных), второе – это полиницические, ароматические углеводороды, третья – нитрозамины, четвертое – это хлороранговые соединения, и пятые – это алкоголиды. Это все серьезнейшие загрязнители. Но когда мы выбираем туристический маршрут, мы должны выбрать и слепить его таким, чтобы либо а) он был обсвежен от этих загрязнителей, либо б) он проходил по таким, скажем, улицам, проспектам и т.д., где их содержание минимально.

Почему я об этом говорю? Потому что упомянутые мной химические соединения способны вызвать более 20 биологических эффектов, они, как правило, бывают немного ударного действия и то, к чему они приводят, это общеизвестные виды заболеваний. Это пороки развития, включая трансплантиранные, это нарушение иммунитета, это нарушение поведения, это ускорение возникновения синильной деменции (старческого слабоумия), это, конечно, различные категории опухолевых заболеваний, это нарушение сердечно-сосудистой системы и многое, многое другое. Поэтому учит их абсолютно необходимо.

Вторая категория опасности – это наличие радионуклидов и радиона. Это сейчас более или менее учитывается, в том числе и за рубежом. У нас это начали учитывать значительно раньше и более полно.

Третье – это нарушение кислородного режима в тех местах, где мы находимся. Изменение соотношения кислорода с иными составляющими присеменного слоя атмосферного воздуха. Сегодня это обычное дело в Европе, и связано это не только со смогом, в меньшей мере даже с ним, но сегодня мы должны это учитывать, потому что это может привести к проявлению ишемической болезни сердца, к сердечно-сосудистым катастрофам и так далее.

Четвертое – это электромагнитные поля, которые сейчас все радостно воспринимают, устанавливая прямо в своих квартирах новые гигантские блоки, с тем, чтобы получать информацию более полную по телевидению. И, наконец, это поля ближайшего тока, которые, увы, являются бичом всех крупных городов.

Хотелось бы привлечь ваше внимание очень коротко к тем аккумуляторам химических загрязнителей, которые у нас есть сейчас. Я имею в виду, прежде всего, исторический центр Санкт-Петербурга. Это фасады зданий, в особенности на Невском. Это придорожные грунтоземы, в том числе на Невском проспекте. Это участки так называемого почвенного покрова. У нас почвы в городе нет, это грунтоземы. Третье – это коры деревьев. Дальше – это листья, особенно опадающие. Далее – это участки автозаправочных станций. Это мусорные баки, в том числе самые новейшие.

Дальше - это выходы ливневых водосборников. Наконец, подвалы и донные осадки тех водоемов и водотоков, которые есть в каждом городе, в том числе и в нашем. Мы сейчас имеем очень детальные и картированные представления о том, насколько это серьезный источник потенциальной опасности.

Мы детально проанализировали исторический центр нашего города, но в равной мере проанализировано Барселона, Тегеран и Салоу в Испании, Венеция, Египет, Каир и Александрия, в Париже - Елисейские поля, часть Лондона, Гамбург, Токио, Иокогама и Осака и многие другие города, являющиеся туристическими центрами.

Хочется отметить, что ситуация, действительно, непростая, во многом она сопоставима и во многом она сложна в различных городах. К сожалению, очень мало делается туристическими организациями для того, чтобы эту потенциальную опасность оставлять только потенциальной и не сделать реальной. Но сделать это необходимо, потому что способы, скажем, обезвреживания от химических загрязнителей, способы и методики уменьшения опасности воздействия радионуклидов и радиона, экранирование электромагнитных и иных физических полей, они существуют. И мало того, именно наш город явился тем центром, в котором разработаны, в котором апробированы и откуда пошли во всему миру методики создания локальных систем экологической защиты. Безусловно, все это должно быть поставлено сегодня на службу туристическому бизнесу. И я бы хотел сказать более широко: на службу тому, что может сделать туризм для объединения государств, для преодоления каких бы то ни было противоречий между ними.

Теперь несколько новых проблем. Говорится о том, что у нас сейчас предполагается 300 новых туристических маршрутов. Я могу сказать совершенно однозначно, что эти проблемы не будут решены до того времени, пока не будет обеспечена система экологической сертификации этих маршрутов. Кстати, сама идеология экологической сертификации, то есть установление тарифа, в какой мере что бы то ни было, включая в маршруты улицы, проспект, магистраль, дом, музей, соответствуют или не соответствуют экологическим нормативам, регламентам - это тоже петербургское дело, тоже пошло от нас.

Вторая проблема - это увеличение числа туристических объектов.

Дальше. У нас есть великолепные объекты, связанные с Красной книгой, есть великолепные объекты, связанные с памятниками культуры в условиях и Северо-Запада и Ленинградской области, и даже самого Ленинграда.

Так вот, у нас в области экологии памятников больше, чем в области культуры. И, если говорить об экологическом туризме, о туризме, который обеспечивает не только безопасность среди туриста, но, главное, дает возможность туристам ознакомиться с тем, что такое природа, у нас очень много. И мы сейчас способны сделать и кроссланшафтный, и транснациональный туризм.

Далее. Это аквапарки, это аквапарки. У нас их нет. Вот мы только сейчас завершили детальный анализ Финского залива. Это Парголово. И сейчас разрабатывается проект, он в печати о том, чтобы создать там аквапарки или аклонпарки типа хотя бы того, который есть у города Салоу, это недалеко от Барселоны в Испании. У нас до сегодняшнего дня нет ни одного города чудес типа Порт Авентура в том же Салоу или Лиснейленда в Париже. Вместе с тем, таких мест, лишь по моим подсчетам, у нас в области семь. Я говорю с крупнейшими инвесторами, которые есть за рубежом, если сейчас действительно создать инвестиционный климат, то инвестиции в этом отношении могут быть. А аквапарки, даже такие, как, скажем, в Финляндии, они дают гигантские доходы и дальше используются для развития этого же туристического бизнеса, не говоря уже о городах чудес.

И, в заключении, хотелось бы отметить еще одно. Именно из нашего города пошла вся идеология экологического страхования, именно, подчеркиваю, экологического страхования. Сегодня экологическое страхование должно быть использовано, в том числе, и для целей туристических.

Матусов Юрий Александрович, профессор.

#### *Образование в туристской сфере и санаторно-курортном деле.*

Сегодня не так просто ответить на вопрос "Сколько России здравниц?" Эта трудность обусловлена не только отсутствием у большинства заинтересованных специалистов полного информационного банка, но и тем, что понятия оздоровительного учреждения и оздоровительного мероприятия стали гораздо более размытыми, чем прежде.

С одной стороны понятие оздоровительного учреждения все меньше привязывается к наличию лечебного природного фактора минералогического характера, а с другой стороны все больше старается грани между оздоровительным отдыхом и оздоровительным туризмом.

Всего лишь десять лет назад санаторно-курортное дело связывалось, прежде всего, со здравоохранением, и трактова деятельности оздоровительных учреждений в ранге сферы услуг воспринималась как непривычная ересь. Переход к рыночной экономике вместе с многочисленными потрясениями (которые иногда правильнее понимать как перетаски) привнес и серьезную переоценку взглядов на потребителя конечного продукта в системе санаторно-курортного обслуживания, и, в частности, знаменитая санаторно-курортная карта практически исчезла как обязательный атрибут откладывающего. В свою очередь организация размещения клиента в оздоровительном учреждении все чаще стала попадать в разряд туризмодела.

При всем этом стало очевидным, что число санаториев, возглавляемых главными врачами, составляет лишь малую толику того многообразия организаций, которые могут считаться оздоровительными учреждениями и возглавляются директорами, не имеющими медицинского образования. Но наша отражение в современным подходе к подготовке кадров (и, прежде всего, управленческих кадров) для оздоровительных учреждений. Оказалось, что содержание курсов подготовки специалистов высшего звена для здравниц и для туристских фирм настолько сильно коррелируют, что, если говорить о традиционном практикенте очном шестимесячном заочном обучении студентов по специализации «Экономика и менеджмент санаторно-курортного комплекса», то по крайней мере на первых трех курсах обучения не будет большой разницы с программой для подготовки управляющих в сфере туризма. Оближенности туристской сферы и санаторно-курортного дела, в частности в Санкт-Петербурге, свидетельствует сам факт превращения Комитета по туризму в Комитет по туризму и развитию курортов.

На сегодняшний день система образования в туризме значительно опережает развитие системы подготовки руководителей для здравниц. Только в Санкт-Петербурге подготовкой кадров высшего звена для туризма занимаются Балтийский международный институт туризма (негосударственное учебное заведение, созданное в 1992 году как правопреемник Института повышения квалификации работников туристско-экскурсионных организаций), Санкт-Петербургский гуманитарный университет профилакозов (негосударственное учебное заведение, созданное в 1991 году на базе Высшей профсоюзной школы культуры) и Институт туризма и гостиничного хозяйства (как составная часть Санкт-Петербургской государственной инженерно-экономической академии).

Не только в Санкт-Петербурге, но и во всей России, нет ни одного учебного заведения, которое давало бы высшее образование будущим специалистам-управляемым в санаторно-курортном комплексе. Правда, в целом ряде вузов такие попытки в свое время делались, но пока явного положительного результата нет, хотя вышеупомянутую специализацию не так уж сложно открыть, к примеру, в рамках специальности «Менеджмент в социальной сфере».

Красоречивым свидетельством недостаточного внимания к проблемам подготовки кадров для санаторно-курортного дела является и тот факт, что в главном отраслевом

журнале «Курортология» за многие годы его издания ничего не говорилось ни об экономике, ни о менеджменте, ни об экологии рекреационных зон.

По экономике туризма уже выпустили много книг. В качестве хороших учебных пособий можно было бы рекомендовать такие, как «Экономика современного туризма» под редакцией вице-президента Академии Туризма профессора Карпову Г.А. (1998 г.), «Введение в туризм» действительного члена Академии Туризма Биржакова М.Б. (1999 г.), «Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления» профессора Квартального В.А. (1999 г.), «Экономика туризма» И.Т. и А.И. Балабановых (1999 г.). Подобных книг для управляемых оздоровительных учреждений, к большому сожалению, пока не существует.

Туризм и санаторно-курортное дело относятся к разряду высоколиквидных отраслей, т.е. отраслей с быстрым возвратом вложенных средств. Тем не менее на сегодняшний день вклад этих отраслей в экономику России оставляет желать лучшего. И это объясняется не только недостаточными инвестициями в этой отрасли, но и отсутствием слаженной системы подготовки управляющих кадров высшего звена. И если в туризме этот недостаток в ближайшее время уже будет устранен, то для санаторно-курортного дела все трудности роста и становления образовательной системы еще впереди. Для ускорения решения актуальной проблемы подготовки кадров высшего звена для оздоровительных учреждений лучшим вариантом является ее прививка к уже окрепшему «дереву» туристской образовательной системы.

Г-н Том Напти, Генеральный директор "Reed Travel Exhibitions".

#### **Влияние международных туристских выставок на формирование имиджа страны.**

Необходимо учитывать значение выставок для развития туризма и для того, чтобы пропагандировать туризм в одной стране. Несмотря на то, что многие считают выставки недостаточно продуктивными, а участие в них неоправданно дорогое, мы уверены в необходимости и значимости этих мероприятий для развития туризма.

Выставки могут способствовать продвижению туристского продукта страны. Но необходимо учитывать, что большинство стран даже не понимают, есть ли у них такой продукт. Общеизвестно, что практически 10% экономической мощи некоторых стран в туризме, но в скольких странах есть министр, который занимается вопросами туризма? Сколько стран принимают эту индустрию всерьез? Есть ли какая-нибудь другая отрасль в стране, которая давала бы 10% богатства этой страны? Если есть такая отрасль, какое место она займет тогда в стране? Очевидно, первое или второе. Тем не менее, туризм, который дает столько денег, такую серьезную занятость, в большинстве стран даже не имеет даже своего министра, который представлял бы его. Есть ли стратегический план в этом? Понимают ли правительства стран, что такое туризм, какой продукт он дает, что такое продукт туризма? Если мы посмотрим на другие отрасли, то все о продукции известно. Известно, что они пытаются продать. Они его продвигают на рынок достаточно профессионально. Очень часто мы в отношении туризма видим, что происходит некое дробление между 20 министерствами. Даже директората по туризму нет сейчас в мире, он не считается достаточно важной отраслью. Тем не менее, именно в индустрии туризма, ближайшие 10 лет занятость будет наибольшей.

Каким же образом выставки могут помочь странам в продвижении продукта, если

страны даже не понимают, какой продукт они пытаются продвинуть. Есть ряд стран, которые понимают это, и есть некоторые советы по туризму, работающие очень профессионально. Но даже в этих профессиональных советах, когда они разрабатывают стратегические планы, думают о том, какой продукт развивать, какие акценты следует сделать, на какие рынки следует выходить. Им приходится нанимать рекламные агентства, специалистов по маркетингу и анализировать очень тщательно, где будет проводиться маркетинг, на какую конкретную группу они на主观ивают свою рекламу (индивидуальный туризм, семейный туризм, спортивный туризм). Если есть определенный план, то и маркетинг, и планирование стратегических разрабатываются именно с этой точки зрения. Их финансирование осуществляется конкретной компанией с помощью профессиональных маркетинговых агентств. Но когда такие компании участвуют в выставке, они отдают эту работу в руки молодых сотрудников фирм. И тут стратегическое планирование, мысли, которые стоит за тем, что может быть достигнуто, пропадают.

Выставки организуются, начиная с четырнадцатого века. Первая выставка состоялась во Франкфурте в четырнадцатом веке (первая зарегистрированная выставка). Таким образом, они существуют гораздо дольше, чем средства массовой информации, радио, телевидение, почта и тем более, электронная почта. Выставки – это рынки, это возможность, где можно купить и продать товар. Большинство стран не понимают, как можно эффективно и максимально использовать выставки. Это может быть осуществлено только, если к выставкам относится серьезно. Если к выставкам они относятся так же серьезно, как к рекламной и маркетинговой кампании.

Если выставка используется должным образом, если вы можете выйти на должную аудиторию, вы можете воздействовать на эту аудиторию, и вы тогда можете повысить доходы своей страны. Таким образом, это может быть сделано, но нужно воспринимать эту работу всерьез. Вы можете получить хороший результат только в том случае, если вы что-то вкладываете в эту работу и если вы вкладываете усилия, время в организацию выставок, как в место продажи и покупки, только тогда можно извлечь пользу. Все это нужно учитывать не только странам, но и компаниям, которые занимаются бизнесом. Выставка – это панацея от всех болезней на себе. Необходимо четко определять, что вы пытаетесь продать, кому вы пытаетесь продать свой продукт. Но воспринимать выставки надо так же серьезно, как и все другие аспекты маркетинговой деятельности. В свою очередь, люди, занимающиеся организацией выставок, всегда готовы оказать вам содействие, дать совет по поводу того, как с максимальной пользой для себя принимать участие в выставках. Не важно, что это – страна в целом, гостиница или что-то другое. Выставка может быть эффективной. Но нужно обязательно сделать свой вклад в нее, нужно вложить время и мысли.

**Круглый стол**  
**«Актуальные вопросы развития туризма в РФ».**  
7 октября 1999 года 10:00 – 11:50  
Конгресс-холл 6 павильон «Ленэкспо»

Янковский Аркадий Эдуардович, депутат Государственной Думы, заместитель председателя Комитета ГД РФ по физической культуре, спорту и туризму

**Обзор состояния в области государственного регулирования в сфере туризма в РФ.**

Главный итог работы Государственной Думы текущего созыва относительно сферы туризма – принятый закон «Об основах туристской деятельности», который подписан президентом и в данный момент является основным документом, на базе которого работает весь турбизнес, работают государственные органы.

Тем не менее, нужно понимать, что любой закон является результатом компромиссов между различными политическими силами. И это касалось не только закона «Об основах туристской деятельности» и других законопроектов, которые мы принимали, это касалось налоговой политики, инвестиционной политики в области туризма.

Как мне кажется, за эти 3,5 нашего комитета совместно с органами правительства (раньше это был Государственный комитет, а сейчас это Министерство по физической культуре, спорту и туризму) удалось добиться перелома в отношении органов власти, в первую очередь, и общественности в определении туризма, его места в жизни общества. Сейчас все профессионалы и все люди, сопричастные к туристской деятельности и занимающиеся экономическими проблемами, признают, что туризм – это отрасль экономики. Я считаю это, может быть, субъективное, но главное достижение.

После принятия закона «Об основах туристской деятельности» был еще целый ряд законопроектов. Одни из них были принят Государственной Думой, впоследствии они были принял Советом Федерации, но затянулся на вето президента. Это поправки к закону «Об основах туристской деятельности», суть которых заключалась в некоторых мерах по ограничению доступа на наш рынок иностранных компаний.

Проблема сложная, неоднозначная. Она была весьма актуальна до кризиса прошлого года. Такие организации, как РАТА и другие ассоциации, представители отечественного и зарубежного бизнеса, ставили перед государственными органами власти проблемы, аналогичные для всех секторов: страхования, банковской сферы, и т.д., и, как вы знаете, здесь была широкая дискуссия в средствах массовой информации. С одной стороны, мы хотим видеть на нашем туристском рынке (также, как и на рынке банковских или страховых услуг) иностранные компании. Но, в то же время, в условиях нашего непростого экономического положения, мы бы хотели, чтобы на этом рынке была создана такая конкурентная среда, которая позволяла бы нашим туроператорам развиваться и не проигрывать в конкуренции с иностранными компаниями.

Это одна сторона вопроса. С другой стороны – Россия готовится вступить во Всемирную туристскую организацию. Еще при Чубайсе, когда он работал в Правительстве, мы вели сложные переговоры. Был целый ряд условий, в том числе в области законодательной базы для России, которые должны были заставить нас принять правила международной игры. И мы не должны, скажем так, обидеть потенциальных и реальных инвесторов. Поэтому вето президента, которое было наложено на этот закон, продиктовано именно этими соображениями, связанными с макроэкономическими позициями и с нашим желанием интегрироваться в мировое сообщество.

Есть еще один законопроект, который мы разработали, и он также прошел Государственную Думу и Совет Федерации. Это закон о таймшаре, условно говоря, об организации туристской деятельности в сфере клубного отдыха, закон необходимый. Аналогичные законы есть во всех странах, и это вписывается в директивы Всемирной туристской организации. Мы проводили круглые столы в Думе, парламентские слушания. Закон получился с акцентом на права потребителя, потому что что в условиях нашего государственного ликита рынка таймшар стал синонимом беспредела, обмана.

По этому закону не было концептуальных противоречий со стороны исполнительной власти, и буквально в пятницу Государственная Дума по нашему предложению проголосовала за вариант согласительной комиссии. Сейчас депутаты Государственной Думы, Совета Федерации, представители Правового управления администрации Президента будут вместе искать вариант, который будет предложен для голосования в Государственной Думе.

Главные, принципиальные позиции мы будем отстаивать. Они касаются так называемого периода охлаждения, права на отказ от приобретения таймшара. Как вы знаете, продажа происходит в агрессивной манере, и очень часто люди неосознанно делают эту покупку. Еще целый ряд моментов, достаточно жестких в отношении производителей и торговцев услугами, но все эти положения, заложенные в законопроект, были в рамках тех условий, которые существуют в законах, скажем, Испании и других стран.

Поэтому здесь моя оценка более оптимистична. Может быть, даже до нового года мы сможем проголосовать уже за новый вариант этого закона. И, тем самым, в России будет ликвидирована еще одна законодательная брешь.

И третий проект, о котором я бы хотел сегодня сказать, это проблема финансовых гарантит для туроператоров. То есть мы хотим заложить несколько принципиальных моментов, касающихся банковских, страховых и прочих гарантит по обеспечению прав потребителя в секторе туристского рынка. Время от времени заметно, что происходит достаточно громкие скандалы. Туристические фирмы всегда выполняют свою обязательства, и Государственная Дума как зеркало общественных процессов, конечно, не может на них не реагировать. И коль скоро это совпало с мнением большинства ведущих фирм, ассоциаций, то летом, во время парламентских каникул, такая работа была начата, и сам документ уже готов в предварительном виде. Я надеюсь, что за оставшиеся 2,5 месяца мы сможем привести парламентские слушания, смешив опубликовать в наших ведущих газетах и, может быть, выйти на принятие закона в первом чтении.

Всего три чтения. В первом чтении принимают концепцию законопроекта, во втором – поправки третье – окончательно с учетом лингвистических редакционных правок.

По всем законам, на которых мы работали, форма тестового контакта с туристской общественностью, с турфирмами себя очень хорошо зарекомендовала. Мы никогда не глядели за количеством принятых законов, подзаконных актов. Всегда считали, что важно принять закон, который не ухудшит работу, и позволит создать предпосылки для перехода к цивилизованным отношениям.

Вот это три закона, о которых стоит сказать в первую очередь. Есть еще три закона, так или иначе связанных с туризмом. В частности, было голосование по проекту закона о социальном туризме, против которого я выступал. Этот законопроект был внесен нашей левой фракцией. Закон, на мой взгляд, чисто попустительский. Он получил очень мало голосов в Государственной Думе. Сейчас будет вторая попытка его внести. Он сводится к тому, что предполагается создать систему продаж дешевых туров, причем антикризисными методами. Очень много изъянов было в этом законе.

Помимо сказанного актуальная проблема налогов. Вы знаете те атаки, которые были на НДС. Сейчас пока все остается, как было. Но проблема существовала дважды. Первый раз мы ее отбили. Второй раз Дума все-таки принесла хоть не 20-процентную ставку, но 10-процентную ставку НДС. Но в целом закон, в рамках которого эта ставка менялась, был

направлен на уменьшение налогового бремени. Это касалось не только туризма, но многое другого, и он также столкнулся с вето президента, и это было связано с требованием Международного валютного фонда. Международный валютный фонд рассуждает так: раз вы плохо собираете налоги, что же вы их уменьшаете?! У них такое понимание. Мы, конечно, понимаем по-другому. Поэтому здесь любопытный момент: в целом желая уменьшить налоговое бремя, мы выступали за этот закон с политических позиций, но конкретно для туризма он ухудшил ситуацию. Поэтому нам на руку сыграла позиция президента. Здесь ситуация тоже осталась подделенной, ее тоже надо решать политическим путем.

В целом, я считаю, у России очень хорошие перспективы для развития туризма. Но существуют также и проблемы. Это, прежде всего, вопросы политической стабильности. Мы понимаем, что о серьезных инвестициях в Россию можно будет говорить только после выборов Президента в следующем году. Будет новый парламент, новое правительство, новый президент. Тогда будет понятна макроэкономическая политика в стране. Я надеюсь, что достаточно скоро стабилизируется ситуация на Кавказе. И очень важно, чтобы все органы власти с пониманием относились к таким запросам вашей отрасли, как реклама России за рубежом, как содержание представительства за рубежом нашей туристской администрации. Потому что туризм у нас всегда недооценивался. Мы очень рады, что сейчас ряд губернаторов включаются в работу, находят понимание того, что на туризме можно зарабатывать деньги в бюджет. Хорошо, если они поймут, что для этого нужно тратить деньги из бюджета. И очень важно, чтобы помимо этого не было ошибочных решений, отпугивающих иностранных инвесторов и иностранных туристов, и мешающих работать нашим туроператорам и турагентствам.

*Д-р Петер Шульце, руководитель Представительства Фонда имени Фридриха Эберта в России.*

#### *Некоторые аспекты развития туризма в Российской Федерации.*

Начиная с 89-го года, Представительство Фонда имени Фридриха Эберта работает в России. Туризм не является нашей главной задачей. Когда мы участвуем в обсуждении таких тем, как туризм, то только исходя из экономического аспекта, в какой степени туризм может стать фактором регионального развития или городского развития.

Примерно два года назад мы начали работать с различными туристскими организациями, начали обсуждать вопросы, в какой степени концепции, которые прослеживались и реализовывались ранее, которые унаследовали еще из прошлых времен, применимы на сегодняшний день. Насколько необходимо им переосмыслить и подвергнуть анализу. В какой степени туризм может стать фактором развития тех регионов, которые не имеют преимущества нахождения на их территории нефти, газа или других минеральных ископаемых. То есть, туризм мы воспринимаем в качестве одного из элементов быстрого освоения ресурсов и возможностей за счет реализации туристских концепций способствовать развитию региональной структуры, и поэтому туризм является важным аспектом.

Если посмотреть на мировом сравнении на этот аспект, то туризм является своего рода шарниром. Этот шарнир существует между важнейшими действующими лицами на региональном или муниципальном уровне и туристской индустрией. Без сотрудничества со стороны региональной или городской администрации с частными туристскими операторами не может функционировать туристская сфера, потому что туризм предполагает в первую

очередь наличие инфраструктуры. В этом вопросе мы подошли к достаточно большой проблеме в России.

У России была очень хорошо развитая туристская инфраструктура. Это инфраструктура, которую вы можете увидеть поясную спортивные лагеря, пионерские лагеря, санатории и так далее. В течение последних 10 лет эта инфраструктура не получила ни копейки инвестиций. Весь потенциал, который вы можете увидеть на примере санаториев, не может быть оживлен в настоящий момент. Но этого потенциал имел место раньше, и это означает, что здесь мы были свидетелями развития концепции, которая была ориентирована на развитие внутреннего рынка через фирмы, крупные концерны, за счет оздоровления, реабилитации (это был туризм по профилактике работников). Сегодня эта концепция не функционирует. Люди в России не отправляются в санатории в Сочи или Ялту, а молодежь не проводит свой отды в палаточных лагерях на озере Байкал. Почему? Потому что отсутствует инфраструктура, плохое соотношение цены и качества предлагаемых услуг, плохой сервис, и люди отправляются лучше в Турцию, в Испанию, на Канарские острова или в другой уголок мира, потому что за рубль или за доллар можно получить определенную хорошую услугу.

То есть здесь необходимы усилия со стороны российских партнеров не только тех, кто предоставляет туристические услуги. Здесь необходимо организовать взаимодействие между региональными, местными организациями и экономическими подразделениями и фирмами, которые занимаются разработкой новой концепции туристской деятельности, а потенциал достаточно велик, потенциал в России невероятно велик. Россия, Сибирь, Северо-Западный регион, юг России, если там будет достигнута стабилизация – во всех этих регионах есть колossalный потенциал в области туризма. Я могу сказать по собственному опыту, я в лет в России в немногом знал эту страну, и то, что я видел на Алтае, - это риск-туризм, на юге Байкала, на Камчатке - это те виды туризма, которые меня привели. Это совершенно нельзя сравнивать с тем, что может предложить Европа, Южная Америка и так далее. Но есть определенная слепота, запирательность местных локальных управленических структур, которые вообще не видят, что сидят на мешке с золотом, и нужен просто открыть этот мешок и использовать этими средствами. Это означает агрессивную политику в плане организации инфраструктуры туристского дела. Связывать эту работу нужно с надежной деятельностью туроператоров, нужна преемственность, постоянство. Только так можно решить эти проблемы. Здесь на национальном уровне можно создать только базовые условия, а само решение придет на локальном, на местном уровне. Но это можно сделать. И интерес есть большой.

Конечно, макроэкономические, макрополитические обстоятельства важны. Имидж России связан сейчас с определенной нестабильностью. Этот фактор, который отпугивает некоторых туристов, нужно иметь в виду. Но важно, чтобы этот российский имидж на западном рынке, для западных клиентов выпадался бы в положительную сторону. И базировать этот положительный имидж нужно на положительных моментах, на тех шансах, которые уже имеют место, и объяснять, какова ситуация в действительности, чтобы на это можно было положиться.

Туризм – очень важный фактор. Это касается не только соединения усилий частных инвесторов и государственных структур, это не в той степени только государственная задача, как это было представлено во времени централизованного государства. Государство задает только основные линии, а все остальное делают люди на местах. И ответственность за все, что творится, передается на места. Ведь те, кто там живет и работает, лучше другие знают, что регион может предложить, каким образом это можно представить, как сделать рекламу? Туризм предполагает не только сотрудничество туроператоров, которые представляют частную сферу бизнеса, и государственных структур, которые представляют другой уровень, но здесь есть и другие узы взаимодействия. Очень сильная зависимость от тех специалистов, которые заняты в этой сфере. Мы будем говорить об этом. 6 лет я наблюдал

определенную динамику.

Когда я приехал в Россию впервые, были колоссальные интуристские комплексы, аэрофотосъемки, там действовал принцип: следний нет и не будет. Когда вы сегодня входите в отель, все изменилось, картина другая. В Москве, в Петербурге, в Нижнем Новгороде, в Новосибирске входите в отели или рестораны - у вас фактически перед глазами определенный стандарт сервиса. Если изменения происходят в установках, в принципиальных позициях, с учетом того, чтобы сделать максимально удобно для гости, пролегает новая концепция. Это возможно, здесь можно много делать. Здесь можно готовить кадры. Не только государство должно заниматься подготовкой кадров, но и региональные структуры. Готовить для тех видов профессиональных людей, которые, действительно, в данном регионе нужны. И нужно соблюсти определенный баланс между подготовкой кадров в государственной и в частной структурах. Воспринимать же опыт западной культуры необходимо, не склоняя копирить его, а приспособливая чужой находки к собственным условиям. Есть ведь целая сеть образовательных учреждений, связанных с отечественным бизнесом, с другими сферами.

Для больших городов, таких как Петербург или Москва, экология имеет очень большое значение. Туризм, городской туризм, туризм с акцентом на культуру, это нужно как бы размещать в пределах структуры. И если экология и нормальная, это все сработает, не получится. Люди платят 1000 долларов за перелет и дальше оплачивают четырехзвездочный отель и вдруг попадают в экологическую атмосферу, которая связана с определенными проблемами, это не годится. Здесь нужно сотрудничество частных структур и государства.

Нужно сделать таким образом, чтобы элементы экологии вошли в саму концепцию организации туристского бизнеса. В данном вопросе нужны серьезные подвижки со стороны общества, со стороны определенных групп, которые занимаются туристским бизнесом, которые представлены на рынке. Они должны формировать импульс и политику, в том числе на местном локальном уровне и дальше на государственном уровне, имея в виду действовать во благо собственного региона, чтобы туристская концепция не испытывала на себе негативных факторов, связанных с окружающей средой. Рим, Берлин, Париж, Лондон - все крупные города знают, что такие экологические проблемы. Есть определенные шаги для решения. Здесь можно было бы найти для себя какие-то примеры, применить чужой опыт.

Есть более частные сферы, но они более важны для регионального развития. Совершенно ясно, что в таких центрах, как Петербург или Москва, или при организации экскурсий на кораблях, которые отправляются из Петербурга или из Москвы будут необходимы только небольшие подвижки, небольшие изменения. Но если вести речь об удаленных регионах, если даже взять Нижний Новгород, Архангельск или Новгород, то есть места, находящиеся чуть за горизонтом крупных городов, то можно увидеть, что там проблемы более серьезные. И именно поэтому есть определенная заинтересованность в межрегиональном сотрудничестве и в межрегиональной разработке общей туристской концепции. И это движение было инициировано здесь в Петербурге или в Москве. Смысль его заключается в том, чтобы показывать не только достопримечательности или особенности ландшафта, во когда задумываются об определенной кооперации, совместной концепции надрегионального уровня. Разумеется, маленькие участники туристского бизнеса не в состоянии в одиночку справиться с этими проблемами, и кооперация здесь особенно важна. При правильной организации такая концепция может привести к взаимному обогащению опытом для крупных регионов.

Хотелось бы отметить еще некоторые моменты. Например, визы. Зарубежного туриста пугают сложности, связанные с получением виз в Россию. Индивидуальному туриstu стало очень сложно получить за реальную цену визу, чтобы привезти в Россию. Очень сложно. Это ведь важный фактор. От этого зависят волны туризма. И совершенно нет той ситуации, которая была 10-20 лет в Европе, в Америке, ведь были целые компании, которые

на уикенда летали в другие города. Ведь для России такое решение иногда невозможно, потому что просто не получить визу, чтобы сесть в самолет и на выходные слетать в Петербург. Турагенты должны, объединившись, оказать давление в том смысле, чтобы облегчить процедуру получения визы. Кроме того, цены на перелеты настолько высоки, что человек просто теряет множество. Очень сложно убедить клиента в Европе или Америке за такие деньги путешествовать по России. Таким образом, Россия может привлечь только очень состоятельных людей, а массовый турист не сможет это просто оплатить. Необходимо развивать концепцию таким образом, чтобы обеспечить не только состоятельных людей, но и дать возможность путешествовать по России среднему гражданину. Может быть, нужно установливать специальные тарифы, туристские тарифы. Это есть во всей Европе, почему нет в России? Здесь есть большое поле деятельности с выходом на политические круги, на комитет в Думе, с привлечением экономистов, представителей финансовых кругов и туристского бизнеса с тем, чтобы тот потенциал, который имеет место в России, представить воне и сделать его просто доступным нормальному западному гражданину. И это будет полезно для страны, разумеется. Для развития туризма вообще.

*Гаршина Наталья Николаевна, Исполнительный директор Академии туризма, эксперт РФ по туристским услугам.*

#### **Качество туристско-экскурсионного обслуживания – основа формирования у туриста положительного имиджа города и страны.**

XX столетие стало для Российской экскурсионной школы периодом ее становления, формирования концепции, методических основ и создания к концу века не имеющего аналогов в мире интеллектуального туризма, опиравшегося на экскурсионный метод познания окружающего мира. Параллельно с развитием экскурсирования, в стране были воспитаны поколения российских граждан, которых можно было бы назвать «профессиональными экскурсантами». Тех, кто привык к соединению в нерасторжимое целое познания, отдыха и общения в процессе зрительного восприятия различных достопримечательностей, памятников истории и культуры в ходе экскурсии.

Для обеспечения высокого уровня обслуживания такого экскурсанта необходима научная система, объединяющая все составляющие профессиональной экскурсионной деятельности. Эта система складывается уже в 20-е годы, несмотря на все политические потрясения этих лет. Экскурсионной деятельностью в эти годы занимались высокообразованные люди, знатоки истории, архитектуры, искусства. В основном профессора столичных университетов. В Москве и Петербурге ученые-экскурсионисты разрабатывают музейные для учителей и энтузиастов экскурсионного дела. Начинает формироваться система подготовки кадров в рамках специальных учебных заведений, причем не только в столицах, но и на периферии. По приглашению волгоградских коллег экскурсионисты Москвы и Петербурга совершают поездку на Русский север. Уже на привокзальной площади Вологды начинаются экскурсии по городу, которую проводили совместно местные краеведы и столичные ученые.

Именно разнообразные формы методической работы позволили обеспечить качество экскурсий независимо от места их проведения. С созданием в 1929 г. ВАО «Интурист» к работе с иностранными туристами были привлечены люди с университетским образованием,

студенты курсов иностранных языков. И уже в 1931 году был образован штат гидов-переводчиков, и решены вопросы его пополнения. Например, в Ленинградском государственном историко-лингвистическом институте, на тот филологическом факультете СПб Университета было открыто экскурсионно-переводческое отделение, готовя кадры для Интуриста.

Созданные в середине 30-х годов туристско-экскурсионные управления разрабатывали экскурсионные маршруты для соотечественников. Централизованная система управления того времени была призвана обеспечить развитие отрасли на идеологической, пропагандистской основе. С одной стороны это приводило к стандартизации деятельности экскурсоводов, но с другой – давало методическую пролуманность и документальное обеспечение маршрутов, гарантировало качество туристско-экскурсионного обслуживания.

В конце 60-х – начале 70-х годов текстовые материалы экскурсионных маршрутов дополнялись методической разработкой, четко фиксирующей объекты экскурсионного показа, остановки на маршруте, его продолжительность, основные проблемы, раскрываемые в экскурсии и методические приемы ее проведения. Эта, опубликованная Б. В. Емельяновым единица для всей страны документальная форма позволила описать тысячи экскурсионных маршрутов и выработать единые критерии оценки качества. Этими критериями и руководствовались методисты региональных экскурсионных бюро при оценке уровня профессионального мастерства экскурсовода.

И хотя по-прежнему сохранялся идеологический давление на экскурсоводов-профессионалов, являющихся, несомненно, творческой личностью, эта схема, обеспечивающая достаточное качество даже у начинающего работника, систематизирующая его мышление, была тем, на что он мог опираться в своем профессиональном росте. Она исключала повторы объектов на маршрутах, делая их насыщеннее, позволяла вполне раскрыть различные стороны жизни города и страны.

На этой прочной основе долгое время и держалась достаточно высокий уровень экскурсионного обслуживания, несмотря на разрушение старой системы контроля качества и подготовки кадров. Однако вместе с развитием рынка и созданием в сфере туризма многочисленных малых предприятий, которые были не в состоянии обеспечить гидам и экскурсоводам постоянную работу на протяжении всего года, заслуженный традиционной системой настав иссяк.

Остались на рынке «в одиночестве», многие экскурсоводы практически лишились возможности не только постоянного творческого роста, но даже простого поддержания своего мастерства (прежде всего в силу их непостоянной занятости). Да и новые, молодые специалисты, лишающиеся необходимых критерия, а значит и стимулов к своему профессиональному росту. Между тем нет нужды напоминать, что качество в настоящее время стало основным видом конкурентного преимущества. Только повышение качества туристско-экскурсионных услуг позволит сформировать положительный имидж как России в целом, так и ее туристских центров, а значит увеличить приток туристов и повысить доходы от туристской отрасли.

Однако небольшие фирмы, выполняющие в настоящее время значительные объемы туристско-экскурсионного обслуживания населения, не могут позволить себе не только методического отдела, но даже штатного методиста, который контролировал бы качество экскурсионного обслуживания. Зачастую они даже не содержат у себя в штате экскурсоводов.

Одним из путей выхода из складывающейся кризисной ситуации и обеспечения качества туристско-экскурсионного обслуживания стала проводящаяся в ряде российских городов аккредитация экскурсоводов и гидов-переводчиков.

В целом аккредитация позволяет определиться с имеющимися на настоящее время положением с кадрами на экскурсионном рынке, узнать не только количество реально работающих гидов и экскурсоводов, но и многие важные подробности: их образовательный

уровень, стаж работы, степень занятости, направление их интересов и др.

Наличие такой информации позволит создать банк данных, обеспечивающих удовлетворение запросов руководителей существующих и вновь создаваемых турфирм о специалистах, способных квалифицированно провести ту или иную необходимую им экскурсию.

Кроме того, она позволяет выявить те учебные заведения, которые могут подготовить квалифицированных специалистов, поможет им в свою очередь грамотнее провести маркетинговые исследования на рынке туристско-экскурсионных услуг, обеспечить правильный выбор сегментов рынка.

Но главное, для чего создается система аккредитации – это, безусловно, обеспечение качества туристско-экскурсионных услуг. Ведь известно, что качество – это совокупность «мелочей». И обеспечить качество можно только в рамках некоторой системы, учитывющей все эти многочисленные мелочи.

Однако более совершенным инструментом повышения качества туристских услуг, безусловно, является система добровольной сертификации, которая определяет критерии профессионального мастерства и предусматривает пути его совершенствования. Именно сертификация, опираясь на научно-методические знания и практический опыт экспертов, позволит создать систему, при которой экскурсоводы, смогут получать достоверную информацию о современной или исторической ситуации в городе, методические рекомендации по ее использованию в экскурсиях различной тематики.

Орган по сертификации может стать тем центром, куда всегда сможет обратиться экскурсовод, гид переводчик за советом, поддержкой, новыми знаниями и опытом. Их теперь не нужно уже обзывают делать свое дело хорошо. Их заставят качественно работать условия рынка. Но помочь им в этом может только некий единий методический центр, созданный по инициативе руководства города, заинтересованного в качестве туристско-экскурсионного обслуживания, создания положительного имиджа города и увеличения доходов от туризма.

*Доктор Денис Харрингтон и г-н Джон Пauer, Технические Консультанты ЕС.*

**Проект ЕС/TACIS:  
«Укрепление учебной базы для индустрии туризма в Российской Федерации –  
EDRUS 9510»**

Долгосрочная цель проекта состоит в том, чтобы заложить основу для последовательной системы обучения и образования. Непосредственные цели охватывают структуру, стандарты и обучение.

Потребность в создании жизнеспособной структуры для обучения и образования в туризме хорошо уяснина. Существует предложение основать Национальный Центр и начать первоначально с трех экспериментальных регионов - Санкт-Петербурга, Москвы и Сочи. Требование развития стандартов также должно являться важной частью проектной деятельности. Это включает введение, обновление и поддержание единых квалификационных стандартов (профессиональных стандартов выполнения работ) как основу для образования и программ обучения.

Первоначальные исследования по проекту были проведены в период с ноября 1997 по март 1998 с целью разработки стандартов на основе профессиональных профилей и анализа

потребностей обучающихся. Результаты исследования были представлены на ряде региональных симпозиумов и на национальной конференции в Москве. Эти стандарты были утверждены Министерством труда в этом году. Третья область реализации проекта - тренинг на уровне учебных заведений и предприятий сферы туризма.

С сентября по ноябрь 1998 Проект ЕС/TACIS успешно координировал Программу обучения преподавателей по курсу «Развитие учебных курсов и методик обучения для преподавателей туристских дисциплин». Программа обучения была направлена на развитие учебных курсов; улучшение существующих курсов, и усиление методик обучения в экспериментальных учреждениях и других соответствующих учреждениях образования. Курс был рассчитан на восемь недель, восемь тематических циклов, с условием посещения преподавателями приблизительно 40 преподаваемых модулей при полной рабочей неделе. Программа была осуществлена в Москве, С.-Петербурге и Сочи с приблизительно шестьюдесятью привлекательными участниками преподавателями.

В процессе обучения преподаватели поощрялись к применению их профессиональных навыков в области туризма к разрабатываемым заданиям. В результате, участники были оценены не только на основе выполненных работ на практических занятиях, но также и на основе их квантитативской деятельности в ходе программы: посещаемости, упражнений и групповых дискуссий. Успешно закончившие программы участники имели право на диплом, предполагающий международную аккредитацию. Аккредитация была предоставлена совместно Министерством просвещения РФ, TACIS, CERT, и Transtec. Кандидаты также приняли участие в конкурсе на возможность участвовать в международном туре по изучению институтов ЕС, который будет организован в 1999 году.

В настоящий момент фокус обучения деятельности сместился на подготовку 9 коротких курсов для нужд туристской индустрии. В июне - июле этого года Программа развития тытуров была развита в качестве части проектного компонента «Внедрение Объединенной Модели Тренинга через Активное Обучение: Развитие 9 Коротких Курсов для Туристской Индустрии». Программа была разработана для подготовки предвидимых тытуров для участия в распространении отобранных коротких курсов и обучения их представлениям об их структурах, и методах преподавания. Программа была представлена в виде, способствующему развитию тытуров в двух направлениях: во-первых, участникам были представлены общие методы и подходы для эффективного донесения информации до слушателей. Во-вторых, им давали детальную информацию относительно курсов, которые будут представлены в текущем проектном компоненте.

В настоящее время, эксперты из ИС и России готовят к представлению 9 коротких курсов в трех регионах. Распространение курсов будет проверяться тытурами из ЕС, а обратная связь будет обеспечиваться тытурами из России при выполнении работ. В отношении участников курсов, участие в дискуссиях и посещаемость сессий курса будут зарегистрированы и проверены наставниками и включены в отчеты. Получение знаний участниками программы будет зависеть от добросовестности и подготовки тытуров и их вклада в рабочие дискуссии. Подготовка курсов будет закончена к 17-ому октября, окончательные поправки к ним будут согласовываться между экспертами и тытурами из ЕС и России.

*Котова Наталья, начальник отдела страховой компании «Класс».*

#### *Особенности страхования «выездного и внутреннего туризма в Российской Федерации.*

Страхование стало неотъемлемой частью инфраструктуры туристского бизнеса, несмотря на сопротивление самих туристов и туристских фирм. И вызвано это не столько осознанием необходимости страховаться нашему народу, сколько ужесточением требований зарубежных стран при выдаче виз, что привело к тому, что около 70 процентов выезжающих за границу вынуждены приобретать страховки.

Несмотря на то, что этот вид бизнеса - страхование граждан, выезжающих за границу, самый развитый и самый динамично развивающейся в страховом бизнесе в России, обычно туристы приобретают самый элементарный пакет услуг, необходимый для того, чтобы получить визу. Так как кризис 98 года сказался на всех отраслях нашей экономики, в том числе и на туристском бизнесе, то произошла переориентация, которую мы ощущали на себе, переориентация «выездного туризма» на внутренние путешествия. Страховые компании среагировали достаточно быстро, подготовив пакеты услуг, аналогичные по перечню услуг для зарубежных поездок. Точно такие же пакеты есть и для внутреннего туризма.

К сожалению, мы далеки от того, что в России все бесплатно, и наличие полисов обязательного медицинского страхования создает иллюзию того, что медицинская помощь в России бесплатна.

Почему необходимо страхование внутреннего туризма? Полис обязательного медицинского страхования действует в других городах, кроме места проживания туриста, только в том случае, если турист берет открепительный талон. Я уверена, что большинство даже не знает, что это такое. Туристы тоже об этом не запоминаются, выезжая в какую-либо внутреннюю поездку. Более того, даже при наличии открепительного талона полис обязательного медицинского страхования действует только в тех регионах, фонды обязательного медицинского страхования которых заключили договорные отношения между собой. Таких договорных отношений в России очень мало.

И, наконец, в таких туристических центрах, как, например, город Сочи, в крупных гостиницах есть гостиничные врачи, на которых эта система не распространяется вообще. И, соответственно, при наступлении страхового случая, то есть при наступлении висцального заболевания или несчастного случая турист должен платить деньги. И, по опыту прошедшего сезона в том же Сочи, это деньги немалые. То есть они практически сравнимы со стоимостью медицинских услуг в Турции, в Чехии, то есть не дорогих для зарубежья стран, но для российского туриста это значимые деньги.

Таким образом, полис обязательного медицинского страхования не действует. Помимо того, что он не действует, в него не входят такие услуги, как реабилитация и медицинская транспортировка. При наступлении серьезных страховых случаев как то: серьезная травма или смерть, в базовую программу медицинского полиса добровольного медицинского страхования входит помимо медицинских услуг сервисные услуги, реабилитация останков и медицинская транспортировка. Это наиболее дорогостоящие услуги, потому что медицинская транспортировка обычно требует специального транспорта (чаще всего это авиационный транспорт) и медицинского сопровождения. Вот эти расходы целиком чаще всего ложатся на туристские фирмы.

В зарубежном туризме турфирмы уже осознали, что им не нужны проблемы по оплате таких расходов, и даже в те страны, куда не требуется обязательной страховки, они страхуют, чтобы избавиться от этих проблем.

В путешествиях по России, к сожалению, этого осознания еще не произошло. Что касается страхования иностранных граждан, приывающих в Россию, здесь еще более сложная тема, потому что все иностранные граждане, безусловно, застрахованы полностью в

иностранных страховых компаний. Но, к сожалению, полисы этих иностранных страховых компаний совершенно не принимаются в наших медицинских учреждениях, потому что зарубежные страховые компании не заключают договоров с российскими медицинскими учреждениями. Соответственно, привез с таким полисом сюда, турист, безусловно, может при наличии возможности наступления страхового случая сразу же уехать за границу и лечиться там. Но это в том случае, если помощь не экстренная. Если это ситуация, которая требует экстренной помощи, то он вынужден обращаться в российские лечебные учреждения.

Здесь возникает несколько проблем. Первая, я думаю, что это ни для кого не секрет, что 95 процентов медицинских учреждений России не соответствуют международным стандартам. В оставшихся же 5-ти процентах цены для иностранцев далеко не маленькие, и они вынуждены нести наличные расходы, если они могут оплатить. Но в большинстве случаев они не могут оплатить, потому что день в реанимации в той же нашей 122 медсанчасти в Санкт-Петербурге стоит безумно дорого для иностранца, и полис зарубежной страховой компании саму совершение не помогает в данной ситуации.

И, наконец, просто проблематичен сам процесс получения помощи для иностранного гражданина в России, если он не владеет русским языком.

В страховых компаниях, которые профессионально занимаются страхованием путешественников, безусловно, чаще всего есть англо-говорящая диспетчерская служба. То есть при наличии полиса российской страховой компании у иностранного гражданина есть телефон, по которому он может обратиться, где ему ответят англо-говорящий диспетчер и обеспечит ему экстренную помощь. То есть сам процесс получения помощи становится возможным. Если такого полиса нет, то, в принципе, представьте себя иностранцем, который находится в Петербурге, что-то себе сломал, и куда сунуть девяты?

Это сколько слов о необходимости страхования воздушного и внутреннего туризма. Теперь о видах страхования, которые предлагают российские страховые компании по данному направлению.

Во-первых, это добровольное медицинское страхование. Оно абсолютно аналогично страхованию граждан, выезжающих за границу. Страховыми случаями являются несчастный случай и внезапное заболевание. В принципе, это все, что может произойти с человеком. Сюда также входит обострение хронических заболеваний, которую несет угрозу жизни. Сюда входит экстренная стоматологическая помощь. И данный вид предусматривает организацию и оплату экстренной медицинской помощи. Также входит медицинская транспортировка и репатриация останков. Это базовая медицинская программа, предлагаемая страховыми компаниями.

Есть также другие виды страхования для путешественников, особенно актуально по России: это страхование багажа, что у нас, к сожалению, вообще не распространено, и у нас остальные имущественные виды страхования. Но, к сожалению, добровольное медицинское страхование по России по стоимости данного страхования, по размеру страховых тарифов практически аналогично стоимости зарубежного страхования, так как организация сервиса по России сопряжена с большими трудностями, чем организация сервиса в той же Турции, Франции или Германии. Это связано с тем, что очень небольшое количество клиник соответствуют критериям, сложившимся в страховых компаниях для обслуживания туристов, поэтому соответственно добровольное медицинское страхование стоит приблизительно столько же, сколько за границей.

В связи с этим мы предлагаем и более простой вид страхования, но который тоже позволяет в некоторой степени компенсировать затраты российского туриста на оказание медицинской помощи. Это страхование от несчастного случая. Это страхование, которое всем известно со времен Советского Союза, когда женщины из Госстраха ходили по квартирам и предлагали страховать. Что предусматривает данный вид страхования? Здесь уже нет внезапного заболевания. Это просто страхование от несчастного случая. Когда

происходит травма, то человек лечится за свой счет, получает помощь за свой счет, но по возвращении на родину по месту жительства он получает определенную компенсацию в зависимости от тяжести травмы. Данное страхование стоит очень дешево, и как показала практика этого сезона, в большинстве случаев туристы пользуются им, потому что стоимость данного вида страхования сравнима со стоимостью страховки при поездке за границу, так же как стоимость путевки по России относится к стоимости путевки за границей.

Но это во многих случаях ущербный вид страхования, потому что он не предусматривает транспортировки, репатриации и оказания этих двух услуг. Для иностранцев данный вид в принципе не пригоден.

Отсюда и встают проблемы осуществления страхования внутреннего и внешнего туризма: это отсутствие психологической подготовленности российских граждан, это недоверие иностранцев к российским страховым компаниям и тем паче к российским медицинским учреждениям, это значит удорожание путевки при покупке страховки медицинского страхования и опять же менталитет российских людей.

*Писаревский Евгений Леонидович, к.ю.н., директор адвокатского бюро «Писаревский и партнеры».*

#### **Туристская деятельность: проблемы правового регулирования.**

В начале хотелось бы дать краткую характеристику законодательства, тех проблем, которые существуют. Полагаю, что современное законодательство, и российское, и международное, выходит на качественно новый уровень регулирования благодаря и унификации норм Европейского Союза, и деятельности Всемирной торговой организации, в частности Генерального соглашения по торговле услугами.

Предстоящее вступление России в ВТО и предстоящее возможное вступление, присоединение к Европейскому Экономическому Сообществу, безусловно, требует приведения нормативно-правовой базы Российской Федерации в соответствие с нормами международного законодательства.

Характеризуя само законодательство Российской Федерации, я могу сказать, что на данный момент существуют так называемые классификаторы законодательства, где туризм относится к культурной деятельности. Мы говорим, что закон в 96-м году фактически привел к появлению новой отрасли экономики и новой отрасли законодательства. К сожалению, наша нормативная база не позволяет этого говорить, и действуют старые документы, которые позволяют рассматривать туризм как отрасль законодательства о культуре. Парadox! Парadox! И решать эту проблему необходимо.

Что касается разграничения государственного и регионального законодательства. Тут также существуют проблемы. К сожалению, в законе о туристской деятельности было установлено, что субъекты федерации имеют право принимать нормативные акты по вопросам туристской деятельности. В то же время закон определил туристскую деятельность как предпринимательскую. Мы знаем, что предпринимательской деятельности - это гражданское право, и является исключительной прерогативой федеральных органов власти. Вот такая коллизия привела к некоторым проблемам, в частности по вопросу разграничения. Что должна делать федерация и что должны делать регионы. То есть, на мой взгляд, распределение должно быть такое: вопросы, касающиеся гражданского правового регулирования туристской деятельности из всех аспектов взаимоотношения туриста и

клиента, защита прав потребителей - это компетенция федерального законодательства. Региональное же законодательство должно быть сосредоточено на формировании нормативной базы о туристских ресурсах, о подготовке кадров для сферы туризма, дополнительных льгот для объектов туристской индустрии, вопросы физической культуры и спорта, отдыха, которые имеют отношение к туризму.

Теперь о том, что, на наш взгляд, необходимо сделать для совершенствования действующего законодательства? Безусловно, та работа, которая ведется и Государственным комитетом по туризму, и Государственной Думой, она имеет очень важный характер для нашего законодательства. Но что я хотел бы отметить? Если мы говорим о потенциальном присоединении к Европейскому Союзу, то есть ряд нормативных актов, которые позволяют достаточно квалифицированно решать многие вопросы оказания правовой помощи туристам. В частности, я как always сталкивался с такими проблемами, как понимание договора о присоединении. Есть такое понятие, потому что договор присоединения, публичный договор, все туристические фирмы и гостины вступают в отношения на основании таких договоров. Иногда даже суды не могут истолковать, что же такое обязательственные условия договора присоединения, что такое условия, которые ставят потребителя в заведомо невыгодное положение. На уровне Европейского Сообщества это все решено. И существуют директивы Европейского Сообщества о добросовестных условиях контрактов между потребителями, где четко прописано конкретно, какие положения являются законными, с точки зрения закона, но с точки зрения слабой стороны - потребитель они еще ущемляют его права. Это не приводит к различным спорам, толкованию и ущерб саму процедуру рассмотрения спора. То есть, я считаю, разработка этого закона - это не только необходимо для туризма, для многих других положений, но для туристического бизнеса имеет серьезное отношение.

Есть интересная директива, которая касается аспекта заключения договора на расстояние, вне пределов делового предприятия. Вы помните историю с таймшрэром, когда фактически отдых предоставился за пределами Российской Федерации, человек не имел возможности ознакомиться с условиями этого отпуска и фактически вынужден был покупать неизвестно что. Потом возникло множество проблем.

Касаясь самого федерального закона «О клубном отдыхе». Я знакомился с этим законом, я писал заключение. К сожалению, оно, может быть, не дошло, но здесь я хотел бы выделить ряд аспектов. Пока закон не вынесен, я хотел бы сказать, что, к сожалению, в законе не определена природа договора таймшрэра. То есть законодатель в проекте попытался пройти путем, я думаю, достаточно простым. Есть такая форма в Гражданском кодексе, когда предусматривается купля-продажа имущественных прав. Но все-таки определение природы договора таймшрэра, что же это: моральное, обязательственные права?

Какие проблемы могут здесь возникнуть? В частности, закон о туристской деятельности уже привел к проблемам. Там предусмотрено, что договор между туристом и туристской фирмой определяется как договор розничной купли-продажи услуг. То есть все цивилисты, и московские и питерские наши крупнейшие школы, однозначно говорят, что такое в принципе невозможно, потому что купля-продажа прав, а тем более обязательственных прав в данном контексте, невозможна без передачи обязательств. Приняли некоторые выдержки. Я занимался этим вопросом. Для аргументации мне также хотелось бы сослаться на наших известных цивилистов, в частности, господина Сергеева и Толстого. Они считают, что в практике такие случаи неизвестны и вряд ли они получат широкое распространение, так как возможная уступка прав владения (это я говорю про таймшрэра) и пользования, либо только пользования на определенное время, охватывается понятием аренды вещей. Что касается купли-продажи обязательственных прав, то это сопряжено с целым рядом ограничений, обусловленных природой этих прав. Большинство договоров гражданского права носит изъянный характер. В связи с этим каждая из сторон договора имеет как права, так и обязанности, которые переплетены между собой. Разорвать

их - значит разрушить содержание договора. То есть однозначно и с точки зрения Гражданского кодекса объектом гражданских прав у нас выделены услуги и работы, и поэтому нужно такие отношения между туристом и фирмой квалифицировать как договор возможного оказания услуг.

Теперь что касается иных вопросов, которые существуют. Я бы хотел выявить проблему терминологии. К радости, мы начинаем в законах формулировать определенные категории, такие, как понятие туристской деятельности. Если знакомиться с нормативным актом, это упрощает работу, безусловно, и в правоприменительной деятельности и самих туристских фирм. В частности, опять-таки по многим понятиям происходит несогласованность понятий в проекте закона «О клубном отдыхе». Мы говорим закон «О клубном отдыхе», но не даётся определение понятия отдыха или понятия клуба. Даётся определение понятия «клубный отдых». Что такое отдых? Как он соотносится с туризмом, как он соотносится с туристской деятельностью? Он шире, уже? Как это определить? К сожалению, все может привести к определенным коллизиям.

О природе договора я уже сказал. О понятии турпродукта. Мы, безусловно, используем некоторые понятия международной практики, но если взять европейскую директиву о комплексных турах, то там совершенно четко определено: какой минимум услуг должно включать понятие «турпродукт». Если вы помните наш закон, там говорится, что это комплекс услуг и первичируется конкретно каких. В практике возникает вопрос: конкретное действие туристской фирмой по бронированию услуг или, допустим, бронированию услуг и предоставлению пакета туроператора совместно - это будет являться турпродуктом или не будет? Какой минимум услуг?

В международной практике четко определено: перевозка, размещение либо перевозка и какие-то отдельные туристические услуги, размещение, туристические услуги, но не сопутствующие перевозки и размещению. Я думаю, этот вопрос также следует обсудить и каким-то образом внести определенные корректировки.

Понятие турагент, туроператор. Здесь тоже возникает ряд вопросов. Какое различие между туроператором, турагентом, если в статье 50-ой говорится, что туроператор (турагент) несет ответственность не зависимо от того, какие услуги оказываются. В чем тогда различие? Безусловно, мы можем понять, что они отличаются по функциональному принципу. Одни занимается формированием, другой не занимается. Но я считаю вопрос разграничения ответственности очень важным. В рамках действующего законодательства, я считаю, что необходимо сформулировать и понятие агентства и договора по реализации тура, и понятие договора на туристическое обслуживание.

Теперь, что касается специфики. Я бы хотел затронуть вопрос морского круиза. Что это: договор морской перевозки или договор на туристическое обслуживание? В моей практике были один спор и, к сожалению, действующее законодательство не дает ответа на этот вопрос. Судя по моим размышлениям, на основании нормативных актов, научной литературы, я пришел к выводу, что все-таки это разновидность договора туристического обслуживания. И различия туризма от конкретной перевозки состоят, прежде всего, в цели договора. Я думаю, что все-таки следует различать следующим образом. Если основной целью договора является перемещение человека с одного места на другое, то фактически это нужно рассматривать как перевозку. Если же целью является предоставление туристского обслуживания, проведение отпуска и так далее, то даже при всей схожести договора перевозки и обслуживания (потому что современные суда, когда они перемещают человека с одного места на другое, предоставляют комплекс обслуживания, который иногда сопоставим с круизами), все-таки эти понятия нужно различать и в правоприменительной практике четко разграничивать. Потому что это приводят к различным определенным последствиям.

В заключение хотелось бы отметить следующее. Законодательство, действительно, только формируется, у нас есть, безусловно, большия возможность использовать как международный опыт, так и свои национальные особенности. У нас сейчас есть

действительно уникальная возможность, потому что российский туризм, правовое регулирование туризма, прямо скажем, началось с 96-го года, с принятием закона, и мы можем использовать самые лучшие конструкции, адаптировав их к нашему действующему законодательству, очень творчески подойти. Потому что просто заниматься нельзя, у нас система определений в большей степени тяготеет к континентальному праву, и некоторые институты, например, английского или американского права, они у нас просто неприменимы.

*Бирюзов Михаил Борисович, вице-президент Академии туризма.*

#### *Сравнительный анализ туристского продукта Санкт-Петербурга и Шанхая.*

Санкт-Петербург, бесспорно, является одним из крупнейших туристских центров мира по своим туристским ресурсам. Имеется и надлежащая туристская индустрия и инфраструктура для приема мощных туристских потоков. Поскольку практически во всем мире туризм – доходная деятельность, то все эти предпосылки должны обеспечивать весьма высокий доход от туризма в бюджет города. Однако, при наличии уникальных ресурсов и индустрии, тысячи туристских агентств, такого дохода нет.

Прежде всего, следует обратиться к статистике туризма в других туристических центрах, которые можно сравнивать с Санкт-Петербургом при том бы примерно равных показателях. Наилучшим образом подходит Шанхай (Китай). Прежде всего это мощный промышленный и финансовый центр, морской порт в дельте крупной реки, являющейся воротами в глубь континентальной части страны. Также исторически – это туристский центр государства с постсоциалистическим строем, активно развивающего экономику по образу и принципу капиталистических стран. Многие показатели структуры экономики весьма сходны с экономикой Санкт-Петербурга, причем роль и место туризма в экономике также не являются центральными. Туризм в Китае также потерпел существенные потери вследствие финансового кризиса 1998 года в Юго-Восточной Азии.

Тем не менее, следующие данные наглядно демонстрируют эффективность работы туристской отрасли за 1998 год:

	Шанхай	Санкт-Петербург
Количество туристских агентств	40	980
Количество отелей	121	120
Количество номеров в отелях	31000	17000
Активный туристский сезон дней	230	120
Поток иностранных туристов тыс. чел.	1527	1800
Доход от туризма млрд USD	1,2	данные отсутствуют

Совершенно ясно, что 1500 тыс. туристов могут и приносить доход туристскому центру в 2 млрд. USD. Разумеется, для этого в Шанхае созданы надлежащие не только экономические предпосылки, но соответствующая правовая основа регулирования туризма. Можно предполагать, что аналогичные показатели доходности для туристской отрасли Санкт-Петербурга не помещали и утвердили бы статус туризма как приоритетной отрасли экономики на деле, а не на бумаге.

Рассматривая источники доходности и возможности воздействия на туристский продукт в смысле повышения доходности, следует рассмотреть структуру продукта, как

продукт в смысле повышения доходности, следует рассмотреть структуру продукта, как таковую по элементам. Исторические и культурные ресурсы Китая весьма значительны, многие из объектов туристского показа внесены в каталог природного и культурного наследия ЮНЕСКО. Однако, структура туристского продукта и доходность от туризма весьма интересны:

Перевозки	25%
Размещение	14%
Покупки	29%
Питание	10%
Связь	4%
Внутригородской транспорт	2%
Развлечения	5%
ЭксCURSии	2%

Следует отметить чрезвычайно высокую долю товарной составляющей туристского продукта. Почти 30% дохода туристского центра составляют покупки. Можно уверенно утверждать, что эту цифру образовали не туристы-члены из России, которых прибыло в Шанхай не более 5000 чел. за весь год. Преимущественно туристский поток образуется туристами из стран Юго-Восточной Азии. В Шанхае действует свободная экономическая зона, в том числе есть значимые преференции и для иностранных туристов. Товарная составляющая туристского продукта дает мощную поддержку национальному производителю и солидный доход туристскому центру. Отметим, что покупки в мотивациях туризма занимают очень высокий рейтинг практически для всех категорий туристов и слабо зависят от национальной принадлежности туристских групп.

Следует детально изучить опыт организации туризма в Шанхае и перенести лучшее в практику регулирования туристской деятельности.

## Круглый стол

### «Развитие индустрии городского туризма: экономические, социальные и экологические аспекты». (часть 1)

7 октября 1999 года 12:10 – 13:50

Конгресс-холл 6 павильон «Ленэкспо»

Йоханн Вагнер, управляющий компанией «Любеккер музик унд конгрессхалле ГмбХ».

*Городской туризм: общие тенденции развития на примере Ганзейского города Любек.*

Городской туризм является составной частью всего туризма и поэтому эти темы достаточно близки.

Ганзейский город Любек и балтийский курорт Травемюнде опираются на столетнюю традицию в области туристической рекламы. Начало этому положило создание союза по развитию туризма, в 1899 году жители города Любека заслуженно встретили у себя гостей. Пять лет спустя, была создана частная компания Любекский транспортный союз, которая до 70-х годов нашего столетия выражала интересы жителей Любека и Травемюнде.

Развитие в международной и национальной конкуренции привело к тому, что город в начале 70-х годов создал собственное управление, которое отвечало за вопросы национальной политики в области туризма. Спустя несколько лет, стало ясно, что туризм наряду с экономическими аспектами является и важной сферой, которая имеет влияние на развитие рынка труда в городе. Из Управления по вопросам туризма в ведомстве по экономике была выделена самостоятельная структура, самостоятельное ведомство по вопросам развития туризма и городской рекламы с собственным бюджетом, отвечающее за вопросы развития туризма в Ганзейском городе Любеке, которое возглавляет сенатор.

В декабре 98-го года городское собрание приняло решение объединить ведомство города Любека по рекламе и туризму, а также курортную администрацию города Травемюнде в единую компанию, которую назвали Травемюнкеская компания «Центр туризма». При этом параллельно была создана дочерняя компания, которая называлась «Любек и Травемюнде сервис ГмбХ», которая занималась маркетингом, набором резюме и развитием особых услуг, связанных с культурными и туристскими событиями в Любеке. С основанием этой компании (товарищество с ограниченной ответственностью) была положена существенная основа для профессионального туризма в новом тысячелетии.

Крупные партнеры Любека в других городах Германии, такие как, берлинская компания по туристическому маркетингу, туристический центр Гамбурга или Бременский туристический центр осуществили уже еще раньше такого рода объединение. Им было доказано, что за счет более гибких структур в организации в области маркетинга можно добиться существенного улучшения сервиса в области предоставления туристических услуг. И вот, учитывая это обстоятельство, город Любек и Травемюнке-турисму централе предприняли некоторые шаги для того, чтобы перенести эту модель крупных метаполисов и на город Любек.

Согласно статистике Немецкого туристического союза немцы в 1998 году предприняли 63,4 миллиона поездок, из них 44,7 миллиона - к зарубежным целям и 18,8 миллиона - к целям в Германии. Таким образом, 25-30% - внутренний туризм в Германии. На этом примере видно, что Германия находится в острой конкуренции с другими странами, особенно со Средиземноморским регионом.

Из 96 миллионов туристов в Германии в прошлом году примерно 30% были зарегистрированы в городах с населением более 100 тысяч жителей. Имидж Германии наряду с Северным и Балтийским морем, Шварцальдом и Альпами, в значительной степени характеризуется и такими городами, как Любек, Гейдельберг и др.

Как сообщила немецкая ассоциация туризма в мае этого года за прошедший год в Германии зарегистрировано 96,4 миллиона гостей в туристических центрах, причем, 15,6 миллиона туристов приехало из-за рубежа. Первые данные немецкого центра туризма за этот год прогнозируют в области выездного туризма определенную тенденцию роста. Так, например, в Земле Шлезвиг-Гольштейн, (это самая северная федеральная земля Германии, а Любек - второй город по величине в земле Шлезвиг-Гольштейн), в 1998 году было зарегистрировано 20,5 миллионов ночевок между Северным и Балтийским морем, доход от них составил около 5,3 миллиардов марок. В свою очередь в Травемюнде в 1998 году было зарегистрировано порядка 800 тысяч ночевок. Нужно отметить, что Любек является ведущим центром туризма в Шлезвиг-Гольштейн, второе место занимает столица Земли - город Киль - порядка 400 тысяч ночевок, на третьем месте город Фленсбург - 120 тысяч ночевок, на четвертом месте Мюнстер - 110 тысяч ночевок. Хотя развитие роста ночевок имело негативную тенденцию в прошлом году, в настоящее время можно говорить о росте порядка 3,3%. Если сравнить 1998 год с поческами в 1988 году, 10 лет назад, то наблюдается 40% роста ночевок за последние 10 лет (анализируя показатели каждого конкретного года).

И, наконец, Любек является городом однодневных туристов, обусловлено это, безусловно, чрезвычайно красивыми зданиями, памятниками зодчества, церквями. Порядка 6,5 миллионов человек использовали возможность насладиться красотами города. Если это обобщить, то можно сделать вывод, что 1998 году количество посетителей составило 8 миллионов человек, оборот 520 миллионов марок.

Иначе говоря, туристы обеспечили существование порядка 5 тысяч рабочих мест в Любеке. При этом не учитываются показатели сезонной рабочей силы, которая используется в городе в течение летних месяцев. Ежегодно идет работа над улучшением и развитием потенциала города за счет издания новых каталогов для Любека и курорта Травемюнде. Так, с прошлого года, туристам предлагаются разнообразные возможности: культурные пакеты вокруг исторических личностей братьев Хайнрих и Томаса Манна, или для ознакомления с памятниками зодчества из обожженного камня. Травемюнде - это балтийский курорт, и здесь основной акцент на спортивных развлечениях для того, чтобы дать возможность отдохнуть не только семьям с детьми или пенсионерам, но и тем людям, которые хотели бы заниматься активным туризмом.

Следующая тенденция, которую сформулировали ученыe, заключается в том, что люди используют особые события в качестве повода для туристических поездок. И исследования, проведенные в Германии, показывают, что порядка 200 миллионов человек посещают 10 тысяч различных мероприятий. Это означает, что развитие крупных событий является составной частью маркетинга в области туризма, и позволяет оставлять огромный потенциал в интересах города. Например, выступление трех теноров в Мюнхене, привело к 20 тысячам дополнительных ночевок. Впервые в этом году была организована гонка на байках из Травемюнде. 15 тысяч туристов - это порядка 6 - 6,5 миллионов дополнительно марок в обороте, не говоря уже о рекламе в средствах массовой информации. Огромное количество сообщений в прессе, в национальной, в международной прессе. И если все это обобщить, то сообщения в прессе можно использовать в качестве самых лучших рекламных объявлений, и здесь мы можем говорить о дополнительном обороте в размере 5,6 миллионов марок.

В этом году впервые был организован Инвест-офис, который разделен на три основные сферы: сервис, менеджмент и маркетинг. Сервис в качестве центрального контактного пункта, при распределении через Интернет всем желающим представляется календарь, ориентированный на будущее. Через Интернет прежде всего для того, чтобы

обеспечить своевременный доступ как можно большему количеству организаторов мероприятий.

Инвест-менеджмент предусматривает организационную поддержку при проведении мероприятий, которое имеет туристическое значение, в том числе, и сотрудничество с другими организациями и разработка концепций и проведение мероприятий с туристическим фоном, так, например, празднование 2000-го года. Кроме того, в его работу входит создание и разработка новых событий, расширение таких уже известных мероприятий, как Рождественский базар или Травемондская неделя. Это является важным аспектом инвест-маркетинга.

Кроме того, была разработана новая туристическая система, которая позволяет гостям нашего города быстро достичь достопримечательностей и ориентироваться в нашем городе. Другой важной мыслью в области внутреннего маркетинга является ориентация населения на обслуживание туризма. Во многих группах населения мы говорим о развитии Любека в качестве центра туризма в будущем. Туризм живет за счет личной доброжелательности и за счет лично гостеприимности жителей. Это является одной из центральных задач, которую мы будем развивать в будущем. Аналогичные открытые структуры в области коммуникаций, маркетинга как и в области внутреннего туризма, мы используем в области внешнего маркетинга. Любек и Травемонде туризм центре работают со многими коллегами партнеров в Германии и за рубежом. И, таким образом, уходят от местечкового мышления, которое можно увидеть в маленьких городах. Региональное и межрегиональное объединение позволяет сконцентрировать свою деятельность, и предоставляют огромную возможность для реализации деятельности в области пейч-маркетинга. Пейч-маркетинг - это роль каждого на примере различных исследований, в том числе в размещении, в рамках конкурентной борьбы по отношению к другим конкурентам, каждый пытается найти наиболее оптимальные и наиболее сильные стороны. Таким образом, вместе с туристическими центрами в Гамбурге и Бремене мы образовали рекламную ассоциацию трех Ганзейских городов с основным акцентом на рекламе скандинавских рынков. Кроме того, мы участвуем в объединении занятых в прибалтийском туризме. В этом мы сотрудничаем со всеми государствами, которые находятся на Балтийском море, с тем, чтобы разработать общую стратегию в области индикса и маркетинга, представлять себя как город на Балтийском море.

Любек участвует во многих проектах мирового значения. Проект Боден Брок, например, связан с тем, чтобы дать возможность людям почувствовать литературное присутствие связи где-то на местах, это создание рабочих мест, а, кроме того, виртуальные вузы - это наука через Интернет. Этими четырьмя проектами осуществляется некая связь: культура, экономика, межрегиональность. Есть определенные экономические факторы, которые важны для Любека и для других городов, с которыми мы находимся в конкурентных отношениях. Для Любека важно постоянное развитие этих идей, особенно повышение квалификации людей, занятых областя туризма. Это новые тенденции, которые нужно постоянно отслеживать. Кроме того, новации составляют одну, традиции другую сторону, обе нужно учитывать, учиться друг у друга с тем, чтобы в будущем занять достойное место.

Карпова Галина Алексеевна, д.э.н., профессор, зам. зав. кафедрой Экономики и управления социальной сферой СПбГУЭФ. Вице-президент Академии туризма

### **Tуризм как фактор развития крупного города.**

По данным ВТО в 1950 году границу иностранного государства пересекли 25 млн человек, к 1990 году эта цифра достигла 425 млн человек. Предполагается, что в 2000 году она будет задержана на уровне 637 млн. человек, учитывая, что международный туризм составляет, по мнению специалистов, только 10% всего объема туристических потоков, можно оценить количество туристов, путешествующих в различных странах.

Очевидно, что такие мощные туристские потоки не могут не оказывать сильнейшего воздействия на различные стороны жизнедеятельности принимающих регионов.

Большинство ученых, исследующих влияние туризма на различные туристские центры, рассматривают их в трех аспектах: экономическом, экологическом и социокультурном. Крупный город, являясь туристским центром, также испытывает все эти виды воздействия, но, в силу своей специфики, еще в более концентрированном виде. Так, например, в крупном городе имеются разнообразные условия для увеличения туристских расходов гостей города за счет большого выбора туристских услуг и товаров, а мультиплексный эффект этих расходов может быть значительно выше в силу более высокой степени обираемости денежных средств.

Экологическое воздействие туризма имеет как отрицательную, так и положительную стороны, и конечный результат будет зависеть в значительной степени от деятельности органов регионального управления, местного самоуправления, а также заинтересованных лиц и организаций, направленное на рациональное использование и целенаправленное формирование окружающей среды города. Возникнувшую в результате высокой урбанизации и интенсивной индустриализации диспропорцию в цепи «человек – окружающая среда», особенно острой в крупном городе, необходимо постепенно преодолевать на основе разработки стратегии развития туризма. При этом, необходимо помнить о том, что экологическая составляющая туристского продукта города является одной из очень важных. Даже наличие такого колоссального культурно-познавательного туристского потенциала, которым обладает Санкт-Петербург не обеспечит соответствующих потоков, если состояния окружающей среды в городе будут вызывать негативную реакцию у туристов. Необходима разработка мер по поддержанию экологического здоровья и норм безопасности как туристов, так и местного населения.

В соответствии со Стратегическим планом Санкт-Петербурга, принятым 1 декабря 1997 года, международная роль Санкт-Петербурга связана с усиливением его позиций на рынке культурно-туристских услуг. Из развития может внести решающий вклад в рост экспорта услуг города в целом. В структуре экспорт услуг ведущее место занимают услуги гостиниц и ресторанов – 49%, по 9% приходится на услуги почты и связи, а также услуги по организации отелей, культурных и спортивных мероприятий.

Культурно-историческое наследие Санкт-Петербурга сохранилось в значительно большей степени, чем во многих других регионах России. Поэтому, будучи городом, историческая судьба и культурный потенциал которого имеют мировое значение, Санкт-Петербург является одной из самых привлекательных туристских локаций. Памятники культуры и события культурной жизни могут стать основой разработки различных турпродуктов.

Исходя из определения вида туризма по основной мотивации путешествия, можно сказать, что для Санкт-Петербурга наиболее характерными и перспективными видами туризма являются такие как культурно-познавательный, деловой, конгрессный и спортивный туризм. Для повышения степени доходности туристских прибылей, необходимо расширение

спектра предоставляемых услуг и товаров, обеспечения возможности предоставления комплексного турпродукта. Так, например, турист, присаживающий с деловыми целями в Санкт-Петербург, посещает музеи, выставки, театры, спортивные сооружения и т.д. Задача организаций и предприятий сферы туризма в крупном городе состоит в утолщении туристского времени, обеспечении наиболее полным набором туристских услуг в единицу туристского времени. Только при этом условии достигается, с одной стороны, благоприятное восприятие туриста от места посещения, а с другой – положительное влияние туризма на экономику региона вследствие туристских расходов.

Крупный город, как правило, является образовательным центром. Одной из основных функций Санкт-Петербурга, как образовательного центра, является подготовка кадров кадров в сфере туризма. Исходя из того, что качество туристского продукта в значительной степени зависит от качества предоставляемых услуг, которые, в свою очередь, определяются уровнем подготовки кадров, необходима разработка концепции, направленной на совершенствование системы образования в туризме. В настояще время по инициативе преподавателей высших и средней учебных заведений, заняющихся подготовкой кадров для индустрии туризма, в Санкт-Петербурге начата работа по созданию ассоциации преподавателей, привлекая объединить усилия всех заинтересованных лиц с целью повышения уровня подготовки кадров в туризме и обеспечения соответствия его современным требованиям науки и практики.

*Несеит Галина Дмитриевна, менеджер отдела аренды жилого фонда агентства недвижимости «Александр недвижимость».*

#### ***Использование потенциала частного и жилищного сектора для расширения возможностей выездного туризма в России.***

Агентство «Александр недвижимость» работает на петербургском рынке седьмой год. Одним из отделов компании занимается арендой жилого фонда. Основным направлением его деятельности была долгосрочная аренда жилья, однако, после августовского кризиса это направление стало приносить значительно меньшую прибыль компании. Поэтому было принято решение о расширении деятельности, тем более что за 6 лет существования на рынке накопился колоссальный банк квартир, практически все квартиры, которые сдаются в Санкт-Петербурге. Нужно отметить, что и до кризиса и после него Агентство работало и с краткосрочной арендой тоже. Только это всегда было спонтанно. В среднем 5 раз в месяц у нас обращались люди как из Западной Европы из США, так и из стран СНГ, из России, которые хотели бы на короткий срок - на день-два, на неделю, на месяц арендовать жилье. Мы работали в режиме пожарной команды, потому что никто такие заявки не ожидал.

Немаловажно отметить, что жилье в Петербурге делится на элитное и типовое. В свою очередь элитное жилье делится на квартиры, которые сдаются в центре города, на Петроградской стороне, на Васильевском острове. Такое жилье стоит несколько дороже. Элитное жилье в спальных районах, недалеко от метро, стоит значительно дешевле. Типовое жилье в основном сдается в спальных районах. Более подробно останавливаемся на элитном жилье. Это могут быть одно-, двух-, трех-, четырех-, пятикомнатные квартиры в центре города. Если говорить об апартаментах, то они включают в себя: ремонт с использованием европейских материалов и технологий, хорошую лестницу, охраняемые подъезды или, по крайней мере, квартиры оснащены кнопками тревожной сигнализации (или просто сигнализации), спутниковые антенны, кондиционер, как правило, два спального (иногда в одном из них установлены ванные «Джакузи» с гидромассажем), то есть все требования, которые предъявляет европеец к такому жилью, могут быть даже те предметы роскоши, к которым не всегда привык средний европеец у себя дома. Потому и цена за это жилье достаточно высока: стоимость такого элитного жилья в центре города колеблется от 50 до 100 долларов в сутки в зависимости от его качества и от сезона. Квартиры стоят от 100 - 120 долларов в сутки (120 долларов – охраняемые коттеджи в живописном узле Павловска, где сдается эта же из 4 - 5 комнат, кухня, и постоянные обеспечиваются электром). Типовое жилье – это обычная жизнь петербургской 1 - 3-комнатной квартиры, со спальней, гостиной, кухней, нормальной ванной, мебелью, холдингом. Такое жилье стоит примерно 10 - 15 долларов в сутки. Опять же, в зависимости от того, сколько комнат, в какое время оно сдается, и так далее. Цена в данном случае складывается из того, что хозяева таких квартир не имеют постоянных контрактов ни с одним агентством города, которые бы гарантировали им наличие постоянных клиентов. То есть они сдают свои квартиры не от случая к случаю, но, по крайней мере, недостаточно регулярно. Они имеют простой, поэтому они пытаются более высокой ценой и компенсировать. Таким образом, если между агентствами и такими хозяевами будут заключены контракты, гарантировавшие ликвидацию таких простое, то это жилье может оцениваться значительно дешевле.

Такого рода услуги ни в коей мере не составляют конкуренцию отелям, потому что в отелях возможность получить лучшее обслуживание более высока. Допустим, есть возможность заказать завтрак, а в стоимости номеров многих отелей уже учтен завтрак. Естественно, там более комфортное обслуживание.

У каждого вида деятельности свои клиенты. У каждого отеля, у каждой квартиры свои постоянные. Пусть клиенты делают выбор. Главное предложить свои услуги, особенно тогда, когда город бывает перенаселен, как, например, во время каких-либо важных мероприятий.

Теперь остановимся на проблеме безопасности, потому что частный сектор, конечно, может на первый взгляд показаться более опасным, нежели какой-то отель. За частной квартирой, например, может тянуться криминальный след. И здесь уже дело агентства проверить правоустанавливающие документы и гарантировать турфирме, а значит и ее клиентам, чистоту этой квартиры и то, что во время пребывания в этой квартире, туристов никто не побеспокоит.

*Абрамов Владимир Анатольевич, компания "Hertz".*

#### ***Развитие аренды транспортных средств для индивидуального отдыха.***

Что такое аренда? Аренда автомобиля – это временное использование транспортного средства, при котором тому, кто пользуется, не надо беспокоиться о том, о чем обычно беспокоится владелец транспортного средства: о страховке и так далее.

Основоположником системы аренды автомобилей во всем мире является компания «Hertz». Началом компании стала первая прокатная фирма, открытая в 1918 году. На сегодня «Hertz» работает более чем в 140 странах мира и имеет при этом свыше 6000 станций аренды

и около 2000 из них расположены в аэропортах мира. Практически каждый аэропорт мира имеет стойку аренды «Hertz».

Что такое «Hertz» в России? «Hertz» в России начал очень давно. Первое время он работал с «Интигуром», затем с «Аэрофлотом». Позже вышли одни российскую компанию, которая была удачно чести заниматься арендой автомобилей от имени «Hertz», то есть представлять его интересы. В 1996 году интересы «Hertz» в Москве представляет российская компания «Ричмондтранспротслуги», которая вносит марку «Hertz». В Санкт-Петербурге «Hertz» появился несколько лет назад, он предоставляет ограниченное количество услуг, и только в июле этого года был изменен франчайз, и все основополагающие принципы аренды автомобилей фирма «Hertz» предлагает своим гостям. Что это означает? Это означает, что любой, у кого есть паспорт, кредитная карта и права, может получить машину в аренду. Выбор автомобилей довольно большой, от малолитражек до полноразмерных автомобилей, в том числе имеются автомобили с автоматической коробкой передач, микроавтобусы на различное количество пассажиров.

За четыре года работы в Санкт-Петербурге значительно изменился состав клиентов компании. Так, если до кризиса прошлого года подавляющее большинство клиентуры на аренду автомобилей представляли сферу бизнеса, в основном это были корпоративные клиенты, после кризиса резко изменился профиль нашего клиента. На сегодня около 60 % (как в Москве, так и в Санкт-Петербурге), составляют российские, а не иностранные туристы. И это очень удивляет. Потому что казалось бы, на первый взгляд, русский турист белес, русский турист никогда не арендует машину. Но в жизни выходят наоборот.

Что случилось еще после кризиса? Компаний было признано, что роль туризма, туроператоров и туроператоров в развитии нашего бизнеса в России намного выше, чем это было до кризиса. И это очень радует, так как мировая практика показывает, что любая компания на аренде автомобилей является несомненной составной частью туризма. Приведем пример: компания «Hertz» (если анализировать суммарный оборот всех филиалов и представительств), более 45 % клиентуры дает туристический мир. Это и туроператоры, которые создают турпакеты, включая в их состав аренду автомобилей, это и турагенты, которые в дополнение к существующим пакетам предлагают дополнительные услуги.

Какие проблемы у представительств «Hertz» в России? Проблем не быть не может, поскольку мы живем в такой стране. Однако сначала отметим положительные черты развития аренды автомобилей в Санкт-Петербурге. За последние время город стал более красивым, и дороги стали строиться. И бытие мнение о том, что в России плохие дороги уже не соответствует действительности. Например, дорога Москва - Петербург, ну, дай Бог, чтобы в Финляндии все дороги были такими. Теперь о горских дорогах. В Питере сейчас трущно, да, транспортный поток не организован, но, тем не менее, это позитивная проблема. Дороги ремонтируются, и есть уже очень хорошие дороги.

Из объективных проблем. Политическая ситуация в России так или иначе, конечно, влияет на количество присезжающих к нам туристов, но в этом направлении мы пока ничего не можем сделать.

В основном же субъективные проблемы, субъективные факторы. И основные из них - два фактора. Первый фактор - недостаточная образованность россиян в области того, что они могут пользоваться арендой автомобилей, что в принципе такая услуга существует. Сотрудники компаний тратят много усилий и средств на проведение «клиббинга», объясня, что такое аренда и «с чем ее едят». Гораздо чаще приходится работать с теми, кто с помощью «Hertz» или через турагентства отправляется за границу и там арендует автомобиль, с ними уже легче, не надо объяснять азы.

Вторая проблема - это резистентность, особенно туроператоров, которые в большинстве своем считают, что эта услуга не нужна. Если сравнить две группы клиентов: российские и западные клиенты, то туризмодустрия российская считает, что этот продукт

российину не нужен, потому что он слишком дорог. Однако, если сравнить цены в Москве и Санкт-Петербурге с ценами в Финляндии, Италии, в Австрии, в Турции, то можно увидеть, что они зачастую будут более низкими. Когда россиянин арендует автомобиль в Италии, ни турецкий, ни турист - никто не имеет никаких возражений. Как дело доходит до России, так почему-то считается что дорого.

Второй вопрос: туризмодустрия считает, что аренда автомобилей без водителя в России не нужна иностранным. Если мы будем продолжать так считать, то иностранные туроператоры будут формировать пакеты, и они будут зарабатывать деньги. За 4 года работы представительств «Hertz» в Санкт-Петербурге, клиентами компании были иностранцы, которые брали машину и ехали в Вологодскую область, и в Краснодар и возвращали машину обратно. Были арендаторы из США за 70 лет. Человек, который брал машину, имел категорию «Д», управлял автомобилем, прекрасно знал и не боялся. Неужели можно согласиться с тем, что управляет автомобилем в Петербурге труднее, чем управлять автомобилем в Лондоне или Риме? Или криминальная ситуация в Петербурге хуже, чем в каком-нибудь квартале в Бронксе? Нет. Однако там сотни тысяч аренд существует, у нас нет. Опять это уходит все мимо российской туризмодустрии. Поверьте напомнить опыт, можно арендовать и нужно включать аренду автомобиля без водителя в состав тарифа для иностранцев и для россиян, только предлагать ее как дополнительную услугу. И особый интерес могут представлять бизнес туры и конгресс-туризм, потому что человек должен быть мобильным, он приезжает на короткий срок, ему некогда думать обо всем, ему нужен готовый пакет, ему нужно двигаться, перемещаться. Это может быть очень интересно для туризма.

И второй момент: Санкт-Петербург и все его культурные достопримечательности расположены не очень далеко друг от друга, но и не очень близко. Общественным транспортом воспользоваться невозможно. Я имею в виду индивидуальный туризм, а не групповой. Если человек приехал на три дня, и он хочет посетить Петродворец, Пушкин и Павловск и увидеть все и не быть зависимым от группы, то аренда автомобиля для него подходит как нельзя лучше. Интенсивность автомобильного движения в Санкт-Петербурге раза в 2 ниже, чем в Москве. Если в Москве иностранцы водят машину, потому они не могут водить ее здесь? Они вполне способны это сделать, а российскому турбизнесу не нужно упускать лесные за границу.

Теперь остановимся на важном вопросе - стоимость аренды автомобилей. Она составляет от 70 долларов в день. Когда произносится слово 70 долларов, это режет слух россиянину. Ему кажется, что это очень много, потому что надо на что-то умножать. А когда мы говорим о полутора тысяча рублей, это производит совершенно другое впечатление. Это, может быть, не так дорого. Это первое.

Второе - рассмотрим пример: самый дешевый автомобиль стоит 10 тысяч долларов, (имеется в виду иностранный автомобиль). Использование существующих российских автомобилей сегодня - это то, что можно назвать «скупкой платы грязью». Да, сначала вы заплатите мало, но затем в течение срока эксплуатации автомобиля вы заплатите еще плюс 2 - 3 его стоимости. Так вот, возвращаясь к 10 тысячам долларов за автомобиль. Учитывая максимально допустимые стандарты для восточного блока, «Hertz» допускает использование автомобиля в течение 2-х лет. То есть стоимость автомобиля такого класса через два года будет равна 25 % от стоимости. Если же разделить 7,5 тысячи этой части его стоимости на 2 года, то получается, что даже если автомобиль будет кататься каждый день, все же будет эпическое количество долларов более 10 тысяч. Плюс страхование, налогобложение, техобслуживание и так далее, и так далее. Кроме того, если бы туроператор мог гарантировать нам загрузку автомобилей, предложим на следующие три года компания предоставит нам самые выгодные расценки на аренду. Например, цены могли бы быть сопоставимы с ценой на аренду автомобилей во Флориде, а это самые низкие цены. В данном случае закономерность проста: либо низкая цена и гарантированность востребованности этих услуг, либо негарантированная востребованность и более высокая цена.

И в заключении об оплате услуг компанией кредитными картами. Год назад «Hertz» столкнулась с этой проблемой первый раз, и мы были единственной компанией в России, которая заключила договора с российскими банками. В настоящее время компания поддерживает держателей пластиковых карточек «Виза» Сбербанка и Альфа-банка, более того, они получают более выгодные тарифы на аренду автомобилей «Hertz» не только в России, но и во всему миру. Открыть карточку в Альфа-банке не так трудно, а Сбербанк, «есть под боком» у каждого в этой стране.

**Миоценко Николай Павлович, член Президиума Академии туризма, президент фонда «Туризм - Санкт-Петербург», генеральный директор ЗАО «Сити», член Международной академии транспорта.**

### ***Культурный туризм. Актуальные проблемы. Пути развития.***

Общепринято, что туризм - это одна из наиболее уязвимых отраслей российской экономики, которая очень серьезным образом зависит от политической и экономической, криминальной ситуации, от экологии и так далее.

Вызывают серьезное беспокойство то, что, «благодаря» работе средств массовой информации, сегодня создавалась ситуация, когда Санкт-Петербург стал «международным пугалом», что отнюдь не является объективной оценкой нашего города. Те туристы, которые скончно же приезжают, по-прежнему отмечают, что Санкт-Петербург - это город высокой культуры, интересных людей, незурифной архитектуры - носитель культуры во всех ее проявлениях.

Нужно отметить, что состояние культуры (мы должны понимать, что именно это главный объект туризма в Санкт-Петербурге) вызывает очень серьезную тревогу. На фоне сокращения финансирования культуры, на фоне сокращения внимания к культуре, которое происходит в обществе, развиваются такие тенденции, которые могут отрицательно сказаться на всех направлениях туризма и в городе, и в пригородах.

Невозможно не заметить, что очень тяжелую жизнь ведут творческие коллективы, концертные залы города: хор Смольного собора, ансамбль «Концертин», Центр старинной русской музыки при Малом зале Филармонии, мужской хор Санкт-Петербурга, Летский хор телевидения и радио, и многое другое. Так, например, в чрезвычайно тяжелых условиях существует Великорусский Императорский Оркестр им. Андреева. Этому коллективу уже 112-й год. Он терпит гигантские трудности. Виртуозы, которые несли и продолжают нести славу Отечества за рубежом, существуют здесь за 300 рублей в месяц для большинства из них это не оправдывает даже дорогу на работу.

Поэтому туристская общественность, турфирмы сегодня должны всеми возможными ресурсами, хотя их сегодня немного, участвовать в поддержании таких коллективов (финансово, организационно и т.п.), должны просто повернуться лицом в сторону этой, очень серьезной проблемы.

Формы решения этой проблемы есть. Быстрого решения нет и не будет, но какие-то шаги в этом направлении делать необходимо. Приведем пример одного из таких решений: 5 лет назад был создан фонд «Туризм - Санкт-Петербург», (правда, решает этот фонд очень широкий круг проблем, не только в сфере туризма). Задача этого фонда, прежде всего, сочетание интересов культуры и туризма.

Следует подчеркнуть, что очень важную роль могут играть в этих процессах средства массовой информации. Это, действительно, большая сила на сегодня. Очень важным аспектом нашего сотрудничества со средствами массовой информации является вопрос формирования имиджа Петербурга как одного из наиболее привлекательных центров мирового туризма.

Важным моментом тревоги также является деминг, сложившийся в нише приема в Санкт-Петербург. Наверное, все специалисты по приему теперь понимают, что сами на каком-то этапе причутили западных партнеров к тому, что у нас можно за рубль дважды получить все 34 удовольствия. Это не так. Санкт-Петербург сегодня, даже опениваясь только объективные причины, один из достаточно дорогих центров туризма. С этим нельзя не считаться. Качество петербургского туризма связано с его ценой. Это нормально, это воспринимается нормально туристами со всего света, когда цена и качество отвечают друг другу. Поэтому путь постоянного снижения и снижения цены пребывания в Санкт-Петербурге вытеснит и качество, и объем культурных, экскурсионных услуг, снижает качество гостиниц, и так далее. И в конечном итоге просто несет опасность и для туристов, и зачастую для туризма в целом.

Сегодня в городе достаточно много европейского класса ресторанов и хорошего качества гостиниц для того, чтобы удовлетворить запросы самого взыскательного туриста. Но для этого мы должны находить нормальную форму, где бы сочетались вопросы цены с действительно красивыми, качественными услугами. Есть вопросы, которые, влияя на ситуацию в туризме, выходят за круг узко туристической тематики. Это вопросы состояния культуры, с которыми мы сталкиваемся даже на бытовом уровне каждый день. Маленький пример, в Петербурге никогда не принятно было есть на улице, особенно в транспорте, сегодня, как символ демократии, каждый пятый человек, входящий на эскалатор метро, идет с бутылкой пива. Ни самом деле это не символ демократии, это отвратительный символ бескультуры, пошлости. Надо хорошо представлять, что такое метро, это подлинный объект туризма. Туда с большим интересом всегда приходят гости нашего города. А сегодня они с удовольствием видят людей с бутылками пива. Это не только вопрос эстетики, это не только отвратительно, это еще и опасно. И вот это все формирует впечатление об общей ситуации в городе, а ведь это самое главное - культура, духовность, самобытность нашей культуры - самое главное, что привлекает в наш город. Стoit нам это разрушить, мы станем инстериоры. Сюда не поедут на джазовый фестиваль, сюда не поедут в аквариум. Мы не курорт на Финском заливе, к нам слут за культурой! А потому всем тем, кто, так или иначе, имеет отношение к инфраструктуре туризма, к средствам массовой информации, необходимо очень серьезно настроиться и объединить усилия в сохранении самобытности и уникальности Санкт-Петербурга и России в целом.

**Круглый стол**  
**«Развитие индустрии городского туризма:**  
**экономические, социальные и экологические аспекты».**  
(часть 2)  
7 октября 1999 года 15:20 – 16:00  
Конгресс-холл 6 павильон «Ленэкспо»

Иванова Валентина Ивановна, д.э.н., профессор. Главный научный секретарь Академии Туризма России.

Безденежных Татьяна Ивановна, к.э.н., зав. лабораторией института региональной экономики и управления СПбГУ.

**Стратегия развития туризма в Курортном районе**  
(разработана в рамках Концепции социально-экономического развития  
Курортного района).

Курортный район расположен в Северо-Западной части пригородной зоны. Он представляет собой территорию, обладающую уникальным развитым лечебно-рекреационным потенциалом, привлекательной для санаторно-курортного лечения, массового отдыха и туризма жителей не только Санкт-Петербурга и Ленинградской области, но и других регионов страны.

Благодаря имеющимся ресурсам, сложившимся традициям, а также благоприятному географическому расположению (близость Санкт-Петербурга) и хорошему транспортному сообщению, этот регион имеет перспективу стать современным и процветающим полигодичным комплексом круглогодичного курортного лечения, отдыха и туризма.

Становление и развитие Курортного региона с ориентацией на европейском уровне требует разработки долгосрочной стратегии, предусматривающей проведение соответствующей социально-экономической политики, принятия специальных правовых актов и управленческих решений на всех уровнях. В частности, для решения комплекса проблем развития туризма необходима целенаправленная и ск coординированная система действий федеральных, региональных и местных органов власти.

В рамках разрабатываемой Концепции социально-экономического развития Курортного района главная стратегическая цель развития района определена как *превращение его в международный санаторно-курортный, культурно-туристический и рекреационный центр северо-востока Финского залива*. Данная цель определяет основные приоритеты развития туристского комплекса.

К числу основных задач в этой связи относено - *развитие гостевого, внутреннего и социального туризма*.

Данное направление предполагает реализацию следующего блока стратегических мер:

- Разработка и развитие новых современных форм и видов туризма.
- Создание, восстановление и развитие инфраструктуры туризма.
- Продвижение района на рынок туристических услуг.

Более конкретно в практическом ключе мероприятия в Концепции представлены как:

**1). Организация и проведение маркетинговой компании по продвижению региона на российский и мировой рынки туристских услуг:**

- представление санаторно-курортного комплекса на специализированных

- выставках "Курорты", на региональных и международных выставках;
- изготовление передвижных рекламных блоков и стендов о туристском комплексе района;
- подготовка совместно с Администрацией города программы проведения мероприятий по вопросу продвижения туристского продукта на мировой и российский туристские рынки;
- разработка и продвижение информационных рекламных материалов туристских услуг региона;
- заключение соглашения о сотрудничестве с Северо-Западным региональным отделением национальной туристской ассоциации;
- организация рекламных туров по Курортному району и распространение рекламной информации для туристов;
- разработка и реализация программы "Большой спорт - большой туризм";
- организация культурно-массовых праздников;

**2). Реализация организационных вопросов туристской деятельности:**

- разработка инвестиционных предложений и проектов по развитию на территории района объектов отдыха и развлечений;
- создание системы контроля и учета туристских ресурсов района:
  - создание реестра учреждений туризма и отдыха;
  - разработка карты туристских ресурсов района.
- разработка и утверждение Программы развития туризма на 1999-2003 гг.

**3). Завершение формирования и реализации туристских программ:**

- программы "Спорт для всех";
- туристско-образовательной экскурсионной программы "Маршруты выходного дня";
- программы "Конный тур";
- программы "Гольф";
- программы "Детский спортивный туризм";

**4). Разработка и реализация целевых туристских проектов:**

- "Туристский автобус";
- "Сестрорецкие версты".

Восковойникова Нина Николаевна, доцент, к.г.н., действительный член Академии туризма.

**Экологический туризм: особенности и перспективы развития.**

Туризм как сложное системное образование имеет собственную структуру с многообразными внутренними связями и является составной частью суперсистемы «общество – экономика – экология». Сама система является гетерогенной, состоящей из различных элементов, находящихся в динамическом взаимодействии. Процессы, происходящие внутри системы, обусловлены функцией центрального звена - человека, формирующего мотивацию потребления тех или иных туристских услуг. Перестройка мотивационного поведения человека является импульсом для изменения функционирования внутренних структур и формирования качественно новых характеристик туристской системы. В свою очередь мотивационное поведение человека в туризме находится под влиянием суперсистемы в целом или отдельных ее элементов.

Именно этими причинами обусловлены те изменения, которые происходят в мировом туризме - на смену «курортному» туризму начинает приходить альтернативный туризм. Это связано с тем, что сегодня одна из структур суперсистемы - экология - является приоритетной, влияет на сознание людей и формирует новый мотивационный спектр поведения человека в туристской системе. В начале 90-х годов принятая мировая концепция устойчивого развития, включающая экологическую составляющую, оказала влияние на появление новой тенденции в мировом туризме - формирование спроса на экологически ориентированный туризм.

В обществе возникла потребность в развитии «чистого» туризма, что нашло отражение в появлении новых типов туризма, которые получили различные названия - природный туризм, «экотур», ответственный туризм, экологический туризм, научный туризм, этнический туризм, «зеленый» туризм, устойчивый туризм, приключенческий туризм и др. Все это привело к формированию обобщенного понятия «альтернативный туризм», который используется как общий термин, затрагивающий широкий диапазон путешествий, представляющих собой альтернативу обычному массовому туризму, где заинтересованность в нестандартном отдыхе противопоставляется традиционному отдыху. Целями таких путешествий становятся тесные контакты, не приносящие вреда, с природной средой и с аборигенными культурами.

Исходя из мотивации туристов альтернативный туризм имеет следующую укрупненную структуру: приключенческий туризм, этнический туризм, агrotуризм или Фермерский и природный, включая экологический туризм. Приключенческий туризм обязательно предполагает элемент риска и находит применение в любых природных средах. Этнический туризм направлен на ознакомление с жизнью, традициями и обычаями местного населения. Он создает возможность личного контакта между туристами и аборигенами наследием и знакомства с другими культурами.

Природный туризм - это существование с целью реализации особого интереса к малоизвестной или дикой природе.

Особенно возникает много спорных вопросов при определении взаимосвязи природного туризма в экологического туризма. Довольно часто можно встретить мнение одних исследователей, которые считают эти термины идентичными, а другие полагают, что требуется между ними четкое разграничение. Анализируя различные точки зрения, можно прийти к выводу, что основное различие лежит в том, что природный туризм связан лишь с получением удовольствия от общения с природой, тогда как экологический туризм вносит вклад в сохранение природных ресурсов.

Данная концепция экологического туризма имеет практическую направленность и может быть использована для развития экологического туризма. В России, которая располагает колоссальными природно-рекреационными ресурсами и в том числе уникальными природными объектами мирового наследия.

Особый интерес представляет возможность применения данной концепции для организации экологического туризма в условиях крупного мегаполиса - Санкт-Петербурга и в частности, на территории Юнтоловского заказника, расположенного в Приморском районе - на берегу Финского залива.

Сегодня на территории Юнтоловского заказника сохранился уникальный историко-ландшафтный, водно-болотный, ботанический и зоологический комплекс, которые характеризуются исключительным для данной широты богатством и разнообразием растительных и животных сообществ. Поэтому необходимо сохранение побережья и уникального природного комплекса не только для научных целей, но и как сохранение объекта. Всемирного природного и культурного наследия. Однако непосредственная близость крупного города и увеличение антропогенной и рекреационной нагрузки создает реальную угрозу существования уникального природного комплекса. Для сохранения Юнтоловского заказника целесообразно развивать экологический туризм, который будет

выполнять не только научные, но и регулирующие функции, следить за состоянием природных процессов, выполнять образовательные функции для экотуристов. Развитие экологического туризма будет способствовать устойчивому развитию и сохранению территории заказника в целом. Устойчивое развитие - это управляемый процесс, который предусматривает управление ресурсами для того, чтобы гарантировать их жизнеспособность и позволить на нему природному наследию на особо охраняемых территориях быть сохранными.

На кафедре управления и планирования социально-экономических процессов экономического факультета СПбГУ совместно с Академией туризма проводятся комплексные научные разработки по планированию экологического туризма на территории Юнтоловского заказника. Разрабатывается блок-схема сто организаций и отрабатываются элементы бизнес-плана развития экологического туризма.

**Круглый стол**  
**«Деловой туризм (конгрессно-выставочная деятельность).  
Проблемы и перспективы развития».**  
**7 октября 1999 года 16:15 – 17:45**  
**Конгресс-холл 6 павильон «Ленэкспо»**

*Ходько Слава Трофимович. Генеральный директор ГУ «Санкт-Петербургский Центр Международного Сотрудничества».*

***Содержание и значение конгрессного туризма.***

Почему тема конгрессного туризма является такой привлекательной? Очень просто: конгрессный туризм связан с общением большого количества людей, что всегда является привлекательным.

Реализация конгрессных мероприятий имеет несколько аспектов. Во-первых, любое конгрессное мероприятие - это хорошо организованное место встреч для общения людей. «Хорошо организованное» - это значит, что используется хороший транспорт, хороший отель, хороший кейтеринг, хороший город, такой как Санкт-Петербург. Во-вторых, это предметная часть, то, что мы называем профессиональной частью - это профессионально организованные передачи ноу-хау, обмен информацией между участниками того или иного мероприятия. Это, наконец, и самое главное, на наш взгляд - организация некоторого последействия, то есть обеспечение результата мероприятия уже после того, как люди встретились в хорошей обстановке, обсудили свои проблемы. Участники должны организовать совместные проекты и возможности будущего сотрудничества.

Если анализировать, как же организуются такие мероприятия, то нужно выделить элементы технологий этого процесса. Это, во-первых, конгрессный оператор, компания, которая занимается бизнес планированием, маркетингом, анализом той или иной тематической ситуации. Это, безусловно, транспортные компании, отели, туристские компании, ресторан и кейтеринг. Это все это все объединение, безусловно, попадает под название «развитие инфраструктуры туризма». Это первое. Второе Безусловно, конгрессный туризм менее рыночно ориентирован, и его более сложно организовывать, чем, например, выставочный бизнес, который четко позиционируется по отношению к определенным рыночным направлениям экономики.

Имел опыт организации конгрессной деятельности, мы считаем, что в первую очередь необходимы ориентироваться на те отечественные конгрессные мероприятия, которые связаны с развитием нашего общества. Это культура, это образование, гуманитарные связи. Это экономика, привлечение инвестиций. Это малый бизнес, это туризм. Опыт проведения таких мероприятий создает хорошую базу для привлечения крупных зарубежных заказных мероприятий, которые обеспечивают привлекательность Санкт-Петербурга в качестве конгрессного центра.

В этом году в Санкт-Петербурге произошло два важных события в области конгрессного бизнеса. Во-первых, в начале лета этого года было зарегистрировано некоммерческое партнерство, «Конгресс-бюро Санкт-Петербурга», куда вошли очень престижные операторы конгрессного бизнеса, которые уже специализируются в этом направлении и имеют очень хорошее понимание структуры рынка и знание технологического

процесса. Второе. Городская администрация сделала очень важный шаг, создав Совет по конгрессной деятельности при администрации Санкт-Петербурга.

Это два очень важных шага. Они помогут развиваться конгрессному бизнесу в Санкт-Петербурге более быстрыми темпами.

*Йоханн Вагнер. Управляющий компанией «Любеккер музик инд конгрессхаллен» (Германия).*

***Конгрессы и выставки:  
общие тенденции развития на примере Ганзейского города Любек.***

Центр конгрессов, который я представляю, является одним из крупнейших в Германии, (максимальная загрузка 3000 участников) существует 5 лет. В структуре Центра выделена специальная часть, которая занимается концертной деятельностью, а другая часть фирмы занимается организацией конференций и выставок, есть технический центр. Кроме того, мы занимаемся издательской деятельностью в области организации выставок и конгрессов. Нужно отметить, что мы на 90 % являемся собственностью государства.

Первый немецкий конгресс-центр был открыт в 1973 году в Гамбурге. Конгресс-центр в Гамбурге имеет собственную выставочную площадь размером 4.5 тысяч квадратных метров и может использовать для своих потребностей порядка 64000 квадратных метров выставочных площадей в регионе Гамбурга. Сегодня он является одним из самых крупных и современных конгрессовых центров Европы: 10000 гостей в 18-ти залах могут проводить различные конференции и конгрессы, примерно 250 конгрессов в год, участвуют около 150000 посетителей и гостей.

Гамбургская конгрессная компания состоит из компаний «Гамбург-ярмарка» и «Гамбург-конгрессцентрум» и дочерней компании ЦЦХ «Астроном». И после позитивного развития коммерческой деятельности в прошлом году в 1998 году компания получила прибыль в размере 82100 немецких марок, почти 400000 долларов. Общий оборот составил 109 миллионов немецких марок, порядка 50-60 миллионов долларов. Достигнув оборота в 74,4 миллиона марок, порядка 40 миллиона долларов, и достигнув прибыли в размере 11,3 миллиона марок, порядка 6 миллиона долларов, эта ярмарочная сфера деятельности стала одним из составных элементов успешной деятельности всех компаний в целом.

История конгрессной деятельности достаточно долгая. Она началась примерно 200 тысяч лет назад в Античной Греции, там проводились симпозионы, когда путешествующие философы в домах своих покровителей вели дляяные диалоги. В то же самое время в Гальльском лесу друиды встречались на свои ежегодные встречи. В средневековые представители Ганзейских городов собирались на свои заседания в ратуши Ганзейского города Любека. Самым знаменитым, дорогим и продолжительным был Венский конгресс 1814-1815 годов.

20 лет назад был построен Конгресс-центр в Берлине. 500 - 600 миллионов долларов стоил этот проект, и он был самым крупным для Германии. Президент сравнивал это с сооружением пирамиды Хеопса, а известный писатель-сатирик назвал это самым значительным изобретением с момента изобретения застежки-молнии. С тех пор около 8 миллионов посетителей конгрессов, шоу были нашими гостями. Этот центр в Берлине является особым примером и имеет особое значение для общественности как центр

организации выставок и конгрессов. Там же проводятся концерты и шоу. Благодаря этому Центру имидж города получил новую составляющую. Берлин стал привлекательным не только как город, где можно сделать покупки. И, кроме того, были созданы новые рабочие места.

В общей сложности в Германии ежегодно проводится 600 тысяч мероприятий, в них принимает участие 50 миллионов людей, стоимость проведения только в конгресс залах составляет 10 миллиардов. Если учитывать те деньги, которые люди во время конгрессов в отелях и ресторанах, получим сумму около 25 миллиардов.

За 1994 год, если анализировать оборот денег, связанных с проведением крупных мероприятий, составил 43 миллиарда немецких марок.

Поэтому можно говорить о том, что индустрия проведения конгрессов и выставок стала важным экономическим фактором. С 86-го до 94-го года на 10 % увеличилось количество залов, где можно проводить конгрессы и конференции. Есть еще отели, которые предоставляют свои залы для проведения конференций, их число увеличилось на 56 %. Они располагаются в очень привлекательных, с туристической точки зрения, городах: так, например, бывшая федеральная столица Бони также занимается организацией выставочной конгресс деятельности. Конгресс залы, которые представляют собой комбинацию залов для конгрессов и конференций, имеют для городов большое общественное значение.

Когда строятся и открывается конгресс-залы, это означает инвестиции, которые для соответствующего города имеют большое значение по своему объему. Сюда еще относится тот факт, что конференции и конгресс залы в основном строятся с привлечением общественных и государственных средств. Город выигрывает и в своем имидже. Уважаемые гости, полные гостиницы, проходят торги, множество посетителей в музеях и театрах, то есть город выигрывает по всем параметрам. Кроме того, конгресс залы создают рабочие места. Хорошо работающий конгресс-центр является существенным экономическим фактором для соответствующего города или коммуны. Это имиджевая составляющая, это реклама города. И таким образом город становится богаче и привлекательнее.

Что же нужно, чтобы конгресс-деятельность центров была экономически значимой? Значимыми факторами являются близость международного аэропорта, хорошее сообщение с вокзалом, с автобаном, кроме того, соотношение цены и качества услуг и профессионализм тех, кто оказывает услуги в соответствующей сфере.

Привлекательности города не ограничиваются только крупными городами: в Любеке, например, 210.000 жителей, а в Веймаре – 100.000. Все это не снижает их привлекательности, а набор создает определенный фон для того, чтобы привлечь гостей, организаторов и участников конгресса. В Любеке особую прелесть составляет близость исторического центра, старого города и современного центра конгрессов.

В описке профессиональных качеств тех, кто оказывает услуги в этой сфере, нужно учить следующие факторы:

- активность позиции, т.е. активный менеджмент;
- высокий уровень сервиса и ориентация на клиента;
- соответствие высокому уровню технических стандартов, профессиональные услуги должны охватывать весь спектр от аренды до полного набора сервиса, (регистрация участников, их размещение, культурная программа).

Без профессионально оказываемых услуг в области технического обеспечения конгресс-зала не может быть конкурентоспособным.

Открытие зала, который стоил 87,5 миллионов немецких марок, 40 миллионов долларов, было значимым моментом в развитии Ганноверского города Любека. С 95-го до 98-го года конгрессы и заседания привлекли в город средства объемом 54 миллиона немецких марок или 28 - 29 миллионов долларов, прошло более 1500 мероприятий, на наших мероприятиях было 1,2 миллиона посетителей. Год за годом на региональные, международные, национальные конгрессы и выставки приезжает 80 - 100 тысяч человек.

Мы организуем ежегодный Северный конгресс, на котором собираются представители всего Северо-Европейского региона. При организации этого конгресса нами были использованы новые пути в сфере маркетинга: издание собственных полиграфических материалов, разработка CD-гайдов, и т. д.

Любек является достаточно пристальным городом, не только в силу своих культурных и исторических традиций, но и благодаря своему географическому положению, являясь соседом Скандинавии. Этот город является средневековым центром городского развития, символом литературы, музыки. Тем не менее Любек – это город, который сохранил в себе черты проницательности. Поэтому в выставочной деятельности наблюдается переход от крупных ярмарок к более мелким, региональным, специализированным выставкам.

*Кейко Ирина, Председатель Национального туристического офиса Германии в России и странах СНГ.*

#### **Взаимодействие национальной туристской организации Германии и «семирной выставки «Экспо-2000» в Ганновере.**

Офисы, подобные Национальному туристическому офису Германии в России и странах СНГ, существуют в 28 странах мира. Он действует на средства немецких налогоплательщиков и сотрудничающих организаций, таких как Люффханз. Немецкие железные дороги и прочие, для того, чтобы продвигать немецкий туристский продукт на международном туристском рынке. Основное направление работы – информационная деятельность: подбором соответствующих партнеров высокого уровня в Германии, туроператоров, которые представляют любой готовый туристический продукт, либо создают его по желанию клиента. Мы работаем во всех крупных городах России, а также в странах ближнего зарубежья, бывшем Советском Союзе. Основными опорными пунктами являются города, куда лягут самолеты Люффханза. Мы представлены в России под ее эгидой, а значит Санкт-Петербург – это опорный пункт номер два в нашей деятельности.

Еще одно направление нашей деятельности – презентации выставок «Экспо», в настоящее время это презентация «Экспо-2000». Это событие в туристической жизни планеты, которое, если оно проводится в Германии, должно, конечно, получить определенное, очень яркое значение, т.к. общезвестно, что Германия – то место в Западной Европе, где проходит 80% всех крупных выставок мирового значения.

История выставок «Экспо» началась в 1851 году в Лондоне, уже тогда 6 миллионов человек, (а для прошлого века это была гигантская цифра), побывали в Лондоне для того, чтобы ознакомиться с деятельностью стран в разных сферах. «Человек - природа - техника» – это девиз настоящей выставки. Дальше, пожалуй, самая знаменитая, оставшаяся в памяти благодаря Эйфелевой башне, выставка в 1900 году в Париже. И вот теперь в 2000 году на рубеже тысячелетия, победив в конкурсе Торонто и Рио-де-Жанейро, Германия завоевала право (в 1990 году право ей было официально дано) организовать в 2000 подобную выставку в Ганновере.

Площадь будущей выставки 162 гектара. Используются как уже созданные и существующие, так и новые, высокого уровня площади, строятся национальные павильоны. Выставка характеризуется тем, что ее экспонаты разбросаны по всему музею. То есть в различных тематических парках на территории Ганноверской выставки различными мультимедийными средствами представлены, скажем, проект малой индонезийской

электростанции для жителей провинции, которые снабжают себя и производят на продажу электроэнергию, или школа в Израиле, где учатся вместе израильские и палестинские дети. В частности, 5 российских проектов выделили конкурс и тоже будут представлены в рамках российской экспозиции. Один из проектов - это Санкт-Петербургский центр реабилитации наркоманов, который финансируется международными организациями, и получил широкую известность в мире. Так же несколько проектов из Москвы, Камчатки и других регионов России.

Таким образом, выставка раздвигает свои границы на территорию Германии. Такие города, как Любек, и многие другие тоже представляют свои проекты. Это, например, дом, где родился и жил Томас Манн и так далее.

Очень много эффектов, которые уникальны в мире: так, например, на территории выставки была пробурена скважина 17 километров в глубину, на дне этой шахты мультимедийно воссоздан макет Земного шара, так, что каждый может заглянуть и посмотреть на свою планету «с высоты космического полета».

Предполагается, что выставка будет принимать в день около 250 - 300 тысяч человек. Вы понимаете, что город Ганновер не сможет принять такое количество посетителей одновременно в своих гостиницах, нерентабельно было бы строить новые, поэтому расселение будет проходить по всей Германии, во всяком случае, по ее северной части. При наличии замечательной, уже известной в всем мире классической инфраструктуры Германия создают новые средства передвижения. Строятся новый вокзал в Ганновере. Таким образом, из Берлина, живя в Берлине и получая там удовольствие от спокойной жизни новой европейской столицы, за 1,5 часа можно приехать по железной дороге до Ганновера и окунуться в то, что ждет нас в новом тысячелетии на планете.

В нашем офисе есть информация о генеральных менеджерах с германской стороны, торговые представители по приобретению билетов, расположения в гостиницах и, конечно, сопутствующих туров по Германии.

Ширяева Ольга Викторовна, компания «ЭГО Транслейтинг».

#### *Проблемы обеспечения мероприятий высококачественным переводом.*

Когда мы говорим о правильной и хорошо подготовленной переводческой работе на конгрессах, мы можем выделить несколько групп. Первая группа - это встреча. То есть хостессы. К этой группе предъявляются свои задачи. Это должны быть, как правило, симпатичные, хорошо выглядящие девушки, это должны быть девушки, знающие протокол.

Следующая группа - это личные ассистенты для вип-персон. И здесь уже требуется высокий профессионализм в плане того, что это должны быть не только люди, владеющие вопросом той темы, по которой может говорить вип-персона, и протоколом принятия вип-персон, но и иметь элементарные лицензии для того, чтобы проводить по всем музыкальным вип-персонам.

Еще одна группа - это гиды, которые просто закидаются на экскурсионную программу, когда гости конгресса собираются, либо они уже отработали и хотят посмотреть этот город, куда они приехали.

И последняя категория - конференц-переводчики. Когда готовится какой-то конгресс, необходимо учесть, что вся ваша работа, да и наша работа для того, чтобы делегаты конгресса новили друг друга. Не вспоминать о переводечике в последнюю минуту. Когда

создается организационный комитет, определитесь, кто будет переводить. В этом случае переводчик отработает согласованно с вами и с удовольствием.

Конечно же, речь идет о вещах элементарных. Наверное, очень здорово, что переводчиками зачастую относятся как к людям, которые могут все. Это говорит о том, что мы действительно можем решать проблемы, есть у нас для этого достаточная подготовка, но, тем не менее, если мы хотим, чтобы Санкт-Петербург стал действительно центром конгрессного туризма, чтобы к нам приезжали, чтобы все удавалось, давайте не будем планировать неудачу заранее. Давайте согласованно оговорим все детали, вспомниме о нас, и тогда все будет очень хорошо.

Попов Владимир Анатольевич, Генеральный директор ГП «СИН».

#### *Техническое обеспечение проведения конгрессов. Современные технические средства, обзор возможностей и доступности в Санкт-Петербурге.*

Когда мы говорим «мероприятия, сопутствующие туризму», имеется в виду следующее: в программу конференций всегда закладывается культурная программа, когда же эта программа осуществляется, участники мероприятий становятся туристами. Кроме того, и организаторы стараются проводить мероприятия в сроки, удобные для туризма. По статистике, около 70 % мероприятий проходит с маю по сентябрь.

Необходимо знать, какая же аппаратура требуется для качественного обеспечения международных мероприятий.

1. Основа основ - аппаратура звукоусиления: усилители, акустические излучатели, коммутаторы, микшерные пульты, микрофоны, источники сигналов и так далее. Нужно отметить, что отечественная аппаратура вполне конкурентоспособна иностранной, и поскольку она стоит примерно в два раза дешевле, то нет смысла тратиться на аппаратуру иностранных фирм.
2. Кроме того, необходима аппаратура, для проведения международных мероприятий, является конференц - система. Это комплекс аппаратуры для организации заседаний, круглых столов, условное название ее «круглый стол». Эти системы могут быть и простейшими, когда участник получает слово от председателя, и кто-то включает ему микрофон, от него система, когда участник сам может включить и выключить микрофон, дисплеи, когда много микрофонов включаются. А также и очень сложные системы с компьютерным управлением, с системами голосования. У нас на рынке наибольшую известность имеет фирма «Флинкс», выпускающая такие устройства. Но это дорогая аппаратура, и, что вдвое обидно, чаще всего она не работает по назначению. Или же приобретается аппаратура, но без программного обеспечения. И компьютер используется просто как печатающее устройство.
3. Еще один вид аппаратуры, которая обязательно должна быть при проведении таких мероприятий, это аппаратура синхронного перевода речей. Аппаратура может быть проводной, радио, инфракрасной. И все-таки, как всегда, если одна аппаратура в каких-то характеристиках превосходит себе подобных, то в других - уступает. Проводная аппаратура не имеет себе равных в качестве звука, но она: во-первых, стационарна, вы уже не сможете ничего демонтировать, во-вторых, такие системы «связывают» участника тем, что он привязан к месту (участник не может встать, пойти и т. д.). Радиосистема полностью свободна от этого недостатка, но, может быть, несколько уступает по качеству

- звучка. Есть такое суждение, что инфракрасная система самая лучшая. Однако, сравнивая эти две системы, можно сказать, что радиосистема может быть даже более качественной. Инфракрасная система имеет единственное преимущество перед радиосистемой - это то, что можно организовать два мероприятия за стекной и не менять друг другу. В радиосистемах это должно происходить на разных частотах. Цена инфракрасных систем очень велика. Это самая дорогая аппаратура, и даже не конференция-система, это очень дорогая аппаратура.
- Следующая группа аппаратуры - это аппаратура синхронного документирования. Одна из обязательных сторон любого конгресса - выходные документы по окончанию. Данные исследования таковы, что речь, которая звучала примерно 8 часов, машинистки затратят на печать в 12 раз медленнее, т.е. около 100 часов потребуется для того, чтобы это все распечатать. Система синхронного документирования позволяет ускорить это время примерно в 10 раз. Вполне возможно к концу мероприятия получить все документы в отпечатанном и сброшюрованном виде.
  - Обязательно должна быть презентационная техника: слайд-проекторы, оверкэды, СД-панели видеопроекторы и оверкэды - это достаточно известные всем вещи. Очень сложные - это видео-проекторы. Сейчас рынок заполнен фирмами «Синко», «Филипс», АОК и так далее. Отечественных видео-проекторов нет, а зарубежные проекторы хорошего качества стоят достаточно дорого. Правда, сейчас появились очень хорошие аппараты фирмы «Синко» до 6000. Профессиональные стоят 40000-50000.
  - Должна быть и световая техника. Отметим только, что в настоящее время нет отечественных фирм, которые выпускают качественные прожекторы.
  - Нельзя забывать и о мониторинговой технике, а также аппаратуре низкой связи. Когда проводится какой-то конгресс, то организаторы обязательно должны между собой связываться.

Подводя итог всему вышесказанному, хочется сказать, что мы вполне способны организовывать конгрессы на таком же профессиональном уровне, как, скажем американцы. Можно привести такой пример: во время подготовки к Олимпийским играм был разработан проект оборудования техникой синхронного перевода залов стадиона Лужников на 100 тысяч мест такого уровня, который до сих пор еще не достигнут. И только бойкот Олимпийских игр не позволил осуществить этот проект.

Мы должны в своих начинаниях и работе ориентироваться на то, что любой проект возможен при помощи людей, которые знают эти дела.

*Васильева Вера Валерьевна. Совет по конгрессной деятельности при Губернаторе Санкт-Петербурга.*

#### *Городская политика в области конгрессной деятельности.*

Конгрессская деятельность - это один из наиболее значительных рычагов экономики города. Это развитие международных контактов, это укрепление авторитета нашего города за рубежом и полная интеграция этого аспекта в наш город в мировое пространство. Привлечение к проведению международных мероприятий необходимо для поддержки и городской экономики, и культуры, и образования, и медицины. Поэтому конгрессная деятельность - это гораздо больше, чем просто конгрессный туризм, это целый спектр очень важных вопросов. И уровень уже проводимых мероприятий в городе и внимание

авторитетных международных организаций свидетельствует о том, что у города очень богатый потенциал, и все предприятия, которые задействованы в этом, все научные и культурные организации - все мы можем использовать этот потенциал. Но главная наша задача - объединить наши усилия.

Именно с этой целью и был создан распоряжением Губернатора Санкт-Петербурга Координационный совет по осуществлению конгрессной деятельности в Санкт-Петербурге при Администрации Санкт-Петербурга. В состав этого совета вошли ведущие представители туристской и конгрессной инфраструктуры города, представители научных и культурных организаций, представители комитетов Администрации Санкт-Петербурга. Комитетом по внешним связям была проделана очень серьезная и основательная работа перед тем, как было выпущено это распоряжение: была собрана информация о местах проведения конгрессов в городе, исследованы статистические данные по мероприятиям, которые проходят в городе.

В результате такой работы были сформированы цели и задачами Координационного совета по конгрессной деятельности: во-первых, привлечение дополнительных международных мероприятий в город; во-вторых, повышение уровня уже проводимых мероприятий и дальнейшее развитие индустрии проведения, обеспечения конгрессов. Координационный совет ни в коем случае не ставит перед собой задачу монополизации конгрессной деятельности в городе, а, напротив, наша первая цель - объединение усилий всех, кто готов помочь городу и организациям превратить наш славный город, в международный центр, центр контактов.

*Стуглев Александр Анатольевич, генеральный директор ООО «Выставки. Семинары. Бизнес».*

#### *Конгресс-бюро Санкт-Петербурга: задачи, функции, принципы создания.*

Конгрессы и конференции это - источник информации для участников, инструмент продвижения или устройств, но в то же время это стимул для развития туристской инфраструктуры города. Создание Конгресс-Бюро Санкт-Петербурга - это значительный шаг в развитии конгрессно-конференционной индустрии города и делового туризма.

Качественный конгрессный или выставочный продукт может обеспечить работой все смежные с конгрессно-выставочной деятельностью отрасли туристской индустрии. В то же время для того, чтобы создать качественный конгрессный продукт требуются значительные организационно-финансовые усилия. Именно ориентируясь на такой подход, в начале прошлого года мы начали работу с несколькими компаниями Санкт-Петербурга по созданию Конгресс-бюро Санкт-Петербурга. Проанализировав ту деятельность, которая велаась в этом направлении до нас, мы пришли к выводу, что ранее в основном создавались объединения нескольких гостиничных комплексов или гуроператоров, и в этом нет ничего плохого, но нам показалось, что основное в конгрессе - это сам продукт. Можно создать объединение средств размещения, можно построить конгресс-центр и ждать, когда придет клиент, или попытаться его найти на международном рынке, но, на наш взгляд, необходимо не только ожидание заказчиков со стороны. Мы как компания «Выставки. Семинары. Бизнес» 7 лет на рынке конгрессных услуг, мы проводили и заказанные мероприятия и свои собственные. Нам кажется, что необходимо, активно взаимодействия с профессиональными ассоциациями и экспертами, организовывать свои собственные мероприятия, которые в конечном итоге

станут продуктом, который будет востребован на рынке потребителями (участниками и спонсорами), естественно, проводя перед этим маркетинговые исследования.

В чем же отличие новой созданной организации – Конгресс Бюро Санкт-Петербурга? Мы предлагаем полную технологическую цепочку по организации мероприятий, мы готовы участвовать в реализации идеи по проведению мероприятий и в разработке программы, мы организуем собственные мероприятия.

Начиная переговоры по созданию конгресс-бюро, мы в первую очередь смотрели на технологическую цепочку по проведению самого мероприятия, поэтому туда вошли такие компании, как «ЭГО Транслейтинг» (обеспечение переводом всех уровней), как «СИИ» и Санкт-Петербургская Радиотрансляционная сеть (конгрессное оборудование – синхронного перевода, звукоусиления, демонстрационное), как «Выставки. Семинары. Бизнес» (логистика и оперативное управление), как Центр международного сотрудничества (разработка программ, предоставление помещений, PR). Совершенно недавно буквально месяц назад, мы провели переговоры с Российской ассоциацией туристических агентств, и Российской ассоциацией туристических агентств также стала членом Конгресс-бюро Санкт-Петербурга.

Если говорить о Конгресс-бюро как о структуре, создавая ее, мы сразу заложили идею, что это будет некоммерческим партнерством именно потому, чтобы не стоял вопрос о распределении прибыли. Деятельность Конгресс Бюро финансируется за счет взносов участников. Возможная прибыль от уставной деятельности направляется на решения уставных задач.

Основные две задачи деятельности Конгресс Бюро Санкт-Петербурга – первое – продвижение компаний-участников на рынке конгресс-услуг, на продвижение Санкт-Петербурга как места для проведения мероприятий. Конечно, получая какой-то заказ, распределение работ идет на основании пожеланий заказчика, иногда совершенно неизбежно, и были такие примеры, те компании, которые входят в Конгресс Бюро, получают какую-то долю в этом продукте.

Вторым аспектом создания Конгресс Бюро является распределение рисков. Понятно, что если мы хотим проводить работу по организации своих собственных мероприятий, то мы начинаем рисковый проект. Если его начинает просто конгрессный оператор, и он работает с гостиницей, с компаниями по обеспечению синхронным переводом, оборудованием, помещениями, как заказчик, все риски возлагаются на заказчика, то есть в конечном итоге все финансовые риски несет конгрессный оператор.

В настоящее время такими проектами заниматься достаточно сложно, то есть работа бы тогда строилась на супердешевых и значительных первоначальных инвестициях требуемых от одной компании – конгрессного оператора. С другой стороны, многим понятно, что на второй, третий раз при качественном проведении мероприятия и правильном маркетинге мероприятие начнет приносить прибыль всем организаторам. Здесь можно провести аналогию с выставками, которые становятся прибыльными частью из первого раза.

Поэтому, создавая Конгресс Бюро Санкт-Петербурга, мы договорились о том, что, если мы увидим, что какая-то идея может быть рыночной, но может быть не с первого проекта, мы риски распределяем между партнерами. Если мероприятие состоялось, но по каким-либо причинам доход не был получен в полном объеме или мы получили не тот финансовый эффект, который был запланирован в самом начале, или мы понимали, что в первый раз доходов не будет, мы гарантируем участвовавшим в организации, участие в организации второго, третьего и последующих мероприятий и пропорциональное распределение доходов.

Если говорить о структуре управления конгресс-бюро, то управляет деятельностью Попечительский совет, то есть все решения принимает попечительский совет, куда входят представители учредителей, участников и приглашенные. Компании, входящие в Конгресс Бюро, участвуют в программах Конгресс Бюро по желанию, то есть какой-то единовременный ежегодный установленный взнос, а все остальные мероприятия, требующие

дополнительных расходов, проходят по согласованию компаний, входящих в Конгресс Бюро. Например, выпуск каталога конгресс-услуг в Санкт-Петербурге для профессионалов. Конгресс Бюро Санкт-Петербурга будет финансировать одну страницу для всех за счет ежегодных взносов. В то же время любая из компаний, входящих в Конгресс Бюро Санкт-Петербурга может купить в каталоге дополнительную рекламную площадь для себя.

В чем основа успеха? Это – качественный сервис. Партнерами являются лидирующие компании, обеспечивающие конгресс-сервис. вся информация, предоставляемая Конгресс Бюро Санкт-Петербурга, объективна и не извращающаяся. Мы предлагаем индивидуальные решения по проведению мероприятий. Мы помогаем клиентам в выборе места проведения мероприятия, гостиниц и подборе субподрядчиков по другим направлениям. Наши предложения основаны на требованиях и идеях клиента.

Почему мы можем гарантировать качественный сервис? Учредителями конгресс-бюро стали компании хорошо зарекомендовавшие себя на рынке конгресс-услуг в течение нескольких последних лет, динамично развивающиеся и обладающие передовыми технологиями. Учредители партнерства ежегодно участвуют в организации и проведении более 200 конгрессовых мероприятий.

Большая предварительная работа, проведенная учредителями по созданию концепции Партнерства, заложила основу эффективного взаимодействия между партнерами. Одним из основных принципов партнерства является чёткое позиционирование каждой из компаний в рамках партнерства при подготовке мероприятий.

Контакты – одна из главных составляющих. Мы обладаем ими и будем рады предложить нашим Клиентам возможность контакта с деловыми, научными и общественными организациями, которые, например, помогут Вам найти кандидатов или заручиться официальной поддержкой.

Также хочу подчеркнуть, что Партнерство открыто для взаимодействия со всеми заинтересованными структурами, а также для вступления новых членов, которые функционально дополняют сервис, предлагаемый учредителями, и готовы содействовать выполнению основных задач Конгресс Бюро Санкт-Петербурга.

**Круглый стол**  
**«Региональное и международное сотрудничество**  
**по развитию туризма».**  
8 октября 1999 года 10:00 - 13:00  
Конгресс-холл 6 павильон «Ленэкспо»

Березкин Андрей Алексеевич, эксперт РАТА, советник вице-губернатора Санкт-Петербурга.

**Состояние и перспективы развития морского яхтенно-катерного туризма  
в Санкт-Петербурге и Ленинградской области.**

Один из важных вопросов: нужно понять, зачем же нужен водный туризм для всех тех, кто им не занимается. Я имею в виду организаторов туризма. Пожалуй, понятно, зачем это нужно и интересно тем, кто на борту яхты или катера никогда не был.

Особенность тех людей, которые привлекают к нам из-за рубежа на яхтах или катерах, состоит в том, что все они обладающие в различных клубах в своих городах, странах. И, так сложилось исторически, что люди, занимающиеся этим видом спорта, отыха, во-первых, достаточно состоятельные, а во-вторых, они имеют достаточно много времени для общения в силу того, что в зимнее время в Европе на яхте не поплавашь. И поэтому, информация о том, что они увидели и поняли, хорошо или плохо их встречали в России, довольно быстро распространяется в кругах многих, многих людей. Те люди, которым привлекают по путевкам в наши города, не так много общаются между собой. А эти люди в силу глубины своих организаций являются разносчиками либо положительной, либо отрицательной информации о нас. А в силу того, что люди весят, в первую очередь, не тому, что пишут газеты, а тому, что рассказывают те люди, с которыми они общаются, - то это очень хорошее средство для продвижения, создания благоприятного имиджа нашего региона.

Наверное, стоит подчеркнуть то, что для нашего Северо-западного региона с его большим водным ресурсом, эта тема весьма интересна, потому что есть водные дороги может быть, не очень обустроены, (не достаточно мактоя или бусов), но, тем не менее, они повсеместно связывают области нашего региона между собой.

С другой стороны, конечно, одним из важных моментов является наличие мест для размещения. В этой области туризма люди приглашают на свою яхты, катера и прямо живут в них. Поэтому эта проблема не так остра. И та инфраструктура, которая необходима, - это причала, каких-то сооружения на берегу, требует меньших вложений, чем, например, гостиницы или дороги.

Говоря о Санкт-Петербурге и Ленинградской области, важно обращать внимание на морскую часть, то есть на внутренние водные пути, а именно на морские. Хотелось бы отметить, что сделано в этом направлении за последний год:

1. Введена эффективная система таможенного и пограничного контроля для яхт и катеров. Долгое время не было четкой системы организации таможенного, пограничного контроля для яхт и катеров, это происходило в разных местах, которые менялись буквально каждый год: Морвокзал, Кронштадт, летняя пристань, остров Кроншлот, Константиновский форт. В этом году уже точно определено место - Кронштадт, форт Константина. То есть сейчас люди приглашают в Санкт-Петербург, получают, по крайней мере, минимальный, нормальный уровень сервиса, переходя границу.

2. Летом этого года совместно с Администрацией Санкт-Петербурга и администрацией Ленинградской области была проведена экспедиция по островам Финского и Выборгского залива. Было обследовано более 20 островов, и выяснило, что, несмотря на долгие годы бездействия, причальные сооружения многих островов, построенные еще в пору владения ими Финляндии, остались в хорошем состоянии. Это исследование было проведено потому, что было не понятно, какие же можно сделать пирсы и базы отстоя на приходе из Балтийского моря и Финского залива суда, в Санкт-Петербург и в дальнейшие внутренние водные пути. Знать, какие у нас возможности при подходе на островах, чрезвычайно важно, потому что люди не могут со своим небольшим, семейным экипажем плыть сутки. Этакий спортивные яхты могут такие марафоны прощипывать, а нормальный семейный турист на катере, яхте должен иметь стоянку, где смог бы нормально переночевать.

3. Еще один из важных моментов - это региональное и международное взаимодействие Санкт-Петербурга, Ленинградской области сейчас участвуют в программе "Европейской палитры" по линии Европейского союза, участниками этой программы являются также Стокгольм, Турку, Хельсинки со своими областями окружающими, Таллин, Рига. В рамках этой программы был предложен проект с условным называнием "Балтийское голубое кольцо", который направлен на то, чтобы включиться в систему цепочек постоянных яхтенских марин, которые существуют на Балтике. Программа, которая задумана сейчас в рамках Ассоциации Северо-запад, дополняет международную программу и региональные. В нее участвуют 12 регионов, которые связаны здесь водной системой.

4. Одним из важнейших направлений в развитии и продвижении этого вида туризма является организация и проведение водных морских фестивалей и различных регат. При соответствующем рекламном обеспечении в таких мероприятиях, как правило, довольно много участников, которые разово приходят, и им, безусловно, нужен сервис на берегу. В этом плане данные фестивали представляют интерес и для туристических фирм. Разработана программа такого рода мероприятий на 2000 год, которая позволяет по пути от Кронштадта и дальше, через Санкт-Петербург, Шлиссельбург, Новую Ладогу, организовать ряд фестивалей, скординированных между собой и соединенных по времени. Чтобы в конечном итоге, к 2003 году, более четко спланировать и организовать два красивых фестиваля, (имеет сопутствующими) в Санкт-Петербурге и Петрозаводске, связанные с 300-летием этих городов, известных тем, что они были основаны Петром Первым.

5. И самое последнее - мы недооцениваем возможности или не занимаемся пока спланированием водным туризмом, в то время как нужно ориентироваться не на зарубежных людей, которые привлекают (и, по нашим оценкам, оставляют больше средств, чем наши российские люди), а все-таки на владельцев наших российских яхт и катеров. Так общеизвестно, что огромное количество яхт по сравнению с другими регионами России сосредоточено в Москве, а мест для их использования, плавания, фактически нет. В этом плане, конечно, одна из задач - создать такую инфраструктуру здесь, на Северо-западе, в Выборге, в Санкт-Петербурге, в Петрозаводске, которая позволит бы этим яхтам и катерам из Москвы оставаться в регионе на весь сезон и на всю зиму. Тогда, естественно, будет больше рабочих мест и больше будет платы за те сервисные услуги, которые предоставляются.

Приведем некоторые цифры: каждый год через Сайменский канал проходит туда и обратно 1200 - 1500 яхт и катеров. Не все они заходят в Выборг, тем не менее, около 400 - 500 каждый год в Выборг заходят. В России больше нет такого места, и Санкт-Петербург сейчас не больше имеет. В этом плане очень радует то, что Комитет по делам молодежи физической культуры, спорту и туризму Ленинградской области, а также Северо-западное отделение РАТА обращает на эту тему существенное внимание и содействует ее развитию.

По вопросу подготовки квалифицированных кадров, хотелось бы отметить, что при Морской академии имени Макарова есть специальный факультет «портовый менеджмент»,

на котором, совместно с университетом Великобритании, под руководством и при денежном участии Британского совета идет разработка учебных программ и планов для обучения по специальности «Менеджмент в яхтинге туризме».

**Бобров Михаил Михайлович, зав. кафедрой физического воспитания ГУП, профессор, почетный гражданин Санкт-Петербурга, действительный член Академии туризма.**

### **Опыт развития экстремального туризма.**

Что такое вообще экстремальный туризм. Если так говорить, это просто звучит - спортивный туризм высшей или средней категории. И что же мы можем предложить зарубежным гостям у нас в стране? Прежде всего, это, в первую очередь, острова архипелага Северная Земля, Новосибирских островов, островов Франции Иосифа, все побережья Севера. Далее: пустыни, вершины Памира, Тянь-Шаня, Каракола, Алтая, Чамчата. В последнее время к северо-западным республикам отошел Тиинь-Шань, Памир, Кавказ, не на все вершины попадешь, нужно обращаться, например, к Грузии.

Остается сплав по рекам, прыжки на парашютах на Севере, полеты на воздушных шарах над северными широтами. Большой любовью сейчас пользуется, например, восхождение по отвесным скалам. Только сейчас было серьезное восхождение на Транец в Пакистане. Это вершина около 6 тысяч метров высотой, причем с отрицательными наклонами, меньшая крутизна 75 градусов, а так - прямая отвесная стена с отрицательными наклонами. Люди поднимались туда примерно около 18-20 дней, причем разработан русский маршрут. Или по склону Тропей в Норвегии.

Говоря об организации таких туров, нужно отметить, что на Западе каждого участника похода достаточно хорошо охраняет специальная служба, которая следит за тем, чтобы не случилось бед. А у нас в этом плане все идет самотеком. Поэтому здесь нужно поработать со службой безопасности в этом плане очень серьезно, со службой охраны, которая бы могла проследить весь ваш маршрут. К сожалению, у нас очень мало фирм, которые работают в этом плане. В таких мероприятиях, где участвуют большие группы, экстремальных путешествий, должен быть обязательно специалист высокого класса, который был бы от начала до конца очень надежно. И здесь дело не только в том, что могут быть травмы или летальные исходы, а дело в том, что нужно закончить такую экспедицию благополучно, без потерпев.

Если говорить откровенно, такие туры достаточно дорогостоящие. Так, поход на лыжах в экстремальных условиях на Северный полюс стоит примерно 7 тысяч долларов. Такие большие затраты связаны с тем, что это большое отдаление. Примерно 4,5 тысячи километров от Петербурга нужно пролететь до различных пунктов. Причем сначала рейсовым самолетом до Норильска, потом оттуда до Хатанги, от Хатанги специальным самолетом до острова Средний на архипелаге Лаптева. Потом еще и вертолетом на очень небольшую ледовую площадку, и оттуда начинается путешествие. Идти же приходится не просто на лыжах, а защищая自己 собой сани, на которых груз примерно до 80 килограммов.

Нужно искать клиентов достаточно богатых, и не только богатых, но физически крепких, здоровых и в психокогнитивном плане хорошо подготовленных. Потому что если что-то случиться, транспортировать людей в таких вариантах очень сложно. Поэтому нужно готовить этих людей заранее. Например, ходить через день по 50 километров на лыжах, бегать кроссы, плавать в холодной воде, обливаться холодной водой. То есть готовить к этим

экстремальным условиям, иначе просто невозможно. Поэтому группы подбираются из действительно прошедших какой-то естественный отбор людей. Просто идти в эту группу нельзя, потому что нужно получить документ от Городского врачебно-физкультурного диспансера или другой медицинской организации, что ты действительно здоров. Тебе должны дать такой допуск. Без стражского полиса в это путешествие идти нельзя. Поэтому, действительно, собираются люди одни к одному.

Наиболее важным организационным моментом здесь еще является то, что необходимо оформлять с разрешительной системой различные пропуска и документы. Это очень длительное время. Например, для того, что бы подготовить иностранцев к такому походу, нужно готовить документы около года, это как минимум, а в лучшем случае полтора года. Например, Земля Франца Иосифа остается вообще недоступной для иностранцев.

И следует еще раз сказать о том, что все-таки необходимо подбирать очень серьезных гидов. Должен идти высококлассный спортсмен, высококлассный гид, человек, который сам вместе с группой испытывает все эти опасности и лишения.

Потому необходимо создать, нашем, Северо-западном направлении такие фирмы, которые могли бы привлекать в походы людей не только по Северо-западу, но и организовывать сплавы на плотах по горным рекам, по Сибирским рекам. Это очень интересное направление, очень интересная работа.

Природы на парашюте тоже на Северном полюсе и полеты на воздушных шарах доставляют колоссальное удовольствие. Есть желающие поучаствовать в этих мероприятиях. И еще надо сказать о том, что северяне очень хорошо встречают этих иностранцев, которые идут на Север, участвуют в экспедициях. Например, такой маленький городок, как Хатанга, известен тем, что даже просто прогуливаться по Памиру доставляет огромное удовольствие. Сама по себе природа Севера покоряет всех. Это удивительная красота, особенно Таймыр, особенно Ямал, особенно Новосибирские острова, Северная Земля. И если можно попасть на Землю Франца Иосифа, вы не только там ползаете, покатаетесь на горных лыжах и опустите себя интереснейшим человеком. Рядом с вами будут ходить белые медведи. Это фантастика.

Это удивительная северная широта, удивительные люди: местные люди, ингасане, долгане, мы даже почти не слышали об этих национальностях, прекрасно говорят на английском языке, на французском, с ними очень интересно общаться. И они, конечно, оказывают существенную помощь в покорении всех этих северных земель.

**Шорохов Евгений Акимович, председатель государственного комитета Республики Карелия по физической культуре, спорту и туризму.**

### **Программы развития туризма на Северо-Западе РФ.**

Республика Карелия занимает важное место в Северо-западном регионе, имеет чрезвычайно выгодное для развития многосторонних связей геополитическое положение. Имеет общую 730-километровую границу с Европейским Союзом, обладает богатыми ресурсами для развития различных видов туризма. У нас на государственном учете находится более 4 тысяч памятников истории и культуры, объектов природы.

Прежде всего, это всемирно известные шедевры деревянного зодчества на острове Кижи, Валаамский православный монастырь, находящийся рядом с административной границей Карелии Соловецкий архипелаг.

Второе - это культурное наследие четырех коренных народов, которые исконно проживали на нашей земле: карелы, финны, вепсы и русские. Эти народы за десять веков совместного проживания создали совершенно уникальную, самобытную культуру, вершиной которой является мировой памятник литературы карело-финский эпос "Калевала". Более 5 тысяч лет петроглифов, которые сохранились до настоящего времени, это искательные изображения, выполненные рукой древнего человека, и они представляют собой одни из первых образцов древней письменности и культуры человека.

Третье - уникальные ландшафтно-природные ресурсы для развития рекреационного природного туризма. При общей площади республики около 180 тысяч квадратных километров половину ее территории занимают леса. Неслучайно нашу республику называют лесными Европы. 26 процентов территории - вода с огромным количеством рек и озер, и два крупнейших в Европе озера - Ладожское и Онежское, естественно, граничащие и с Ленинградской областью, и с Вологодской областью, и 228-километровый Беломорско-Балтийский канал, соединяющий бассейны Балтийского и Белого морей. Озера содержат около 2 тысяч кубических километров чистой пресной воды, и являются запасом пресной воды для всей Европы.

Почти миллион гектаров земли (более 5 процентов от общей площади республики) составляют природные охраняемые территории. Наиболее известным из них является крупнейший в Европе национальный парк "Водлозерский", площадью 500 тысяч гектаров, (третий его находится на территории Карелии, две трети - на территории Архангельской области). На севере республики расположен удивительный по своей красоте национальный парк "Лавандар", его площадь 100 тысяч гектаров.

Нужно отметить, что этот год характерен для республики заметной активизацией государственной политики в области туризма. Прежде всего, разработана стратегия развития республики до 2010 года, «Концепция социально-экономического развития Карелии», где туризм прописан как одна из шести приоритетных отраслей экономического, хозяйственного комплекса Карелии. Напим Комитетом разработана и в марте постановлением Председателя Правительства одобрена «Целевая программа развития туризма на период до 2002 года», она будет внесена на утверждение в Парламент республики вместе с проектом республиканского бюджета в соответствии с Законом о целевых республиканских программах.

Активную работу мы проводим по подготовке и принятию программы развития туризма в городах и районах республики. В Карелии 19 самоуправляющихся территорий. В 4 из них уже программа принята республиканской комиссией местного совета, в 7 - программа разработана, в 6 такая работа ведется.

Были приняты меры по совершенствованию системы подготовки туристско-экскурсионных кадров, государственный сертификат сервисных услуг и услуг гостиниц по участии Карелии в международных туристических выставках. И в этом плане, возможность нашего участия в двух огромных международных выставках "Интурфест" и "Инвистек" в Санкт-Петербурге,оказала самое позитивное и положительное влияние на рекламу туристского продукта Карелии и выход Карелии на внешний рынок.

Благодаря поддержке Института открытого общества, нам в прошлом году была оказана большая помощь подготовке и участии вроссийских территорий в международной инвестиционной конференции в Сосединных Штатах Америки, наряду с Санкт-Петербургом, Ленинградской, Псковской, Новгородской и Ярославской областями.

Нужно отметить и трудности в работе. Двеум основными проблемами в области туризма являются следующие: первая - это отсутствие системы единого информационного управления, и вторая - слаборазвитая инфраструктура туризма. В республике общее число мест единовременного коллективного размещения составляет 4 тысячи, что, конечно, не удовлетворяет потребностям. Сезон 1999 года показал, что активная работа по продвижению туризмопотока на российский и международный рынок, привел к тому, что мы, впервые за многие годы, не смогли в этом году удовлетворить возросший спрос на посещение Карелии.

Поэтому сейчас перед нами очень остро встало проблема строительства новых сооружений, новых объектов размещения. И это сегодня для Карелии государственная задача, которой занимается министерство, отвечающее за эти вопросы.

Для решения проблемы создания единого информационного пространства и совершенствования системы управления, мы занимаемся подготовкой создания республиканского информационно-туристического центра с сетью филиалов в основных региональных центрах Карелии: на Севере Карелии в Приладожье, на Юге Карелии в Калевальском районе, на побережье Белого моря, которое объединяет 3 района: Кемский, Вологодский и Беломорский и Заонежье. Мы хотим создать систему, которая поможет решить очень острую проблему отсутствия единого информационного пространства и расширить возможности для организации работы, организовать так называемую проектную службу для разработки многочисленных программ.

Стоит особо отметить работу республики в рамках Ассоциации экономического взаимодействия Северо-Запада. Комитет республики, совместно с Комитетом по спорту, туризму и курортам Ассоциации Северо-Запад, разработал два проекта, направленные на развитие туризма на Северо-Западе Российской Федерации. Один из них совместно с Администрациями Мурманской и Архангельской областей, и с нашими коллегами из Финляндии, называется "Проект развития туризма на Северо-Западе России в Баренцевом Европартическом регионе". Недавно назад этот проект получил утверждение Европарламента. Стоимость проекта - 1 миллион 100 тысяч эко.

Второй проект - это проект развития международного водного туризма на Северо-западе Российской Федерации. Учитывая колоссальные водные ресурсы Северо-запада России, этот проект охватывает практически все регионы Северо-запада России.

Кроме того, учитывая предстоящее в 2003 году 300-летие Санкт-Петербурга и города Петрозаводска, которые были основаны одновременно Петром Первым, мы сегодня занимаемся подготовкой программы, связанных с празднованием этой великой даты. В частности, мы сейчас готовим совместно с Администрацией Санкт-Петербурга постановление Председателя Правительства Карелии о визите оргкомитета по проведению в следующем году двух крупных международных фестивалей. Один из них - фестиваль деревянного судостроения "Голубой Октябрь - 2000", второй - традиционная международная Онежская парусная регата. Подготовка и непосредственное проведение этих мероприятий будет осуществляться совместно с Санкт-Петербургом.

И есть еще одна из программ, которая могла бы в значительной степени объединить наши организационные возможности, и практические ресурсы - это программа использования туристского потенциала национальных и природных парков русского Севера.

Значительную пользу сейчас может принести совместное участие в реализации одного из международных проектов - "Еврорегион Карелия", направляемого на расширение международного трансграничного сотрудничества Финляндии и субрегионов на Северо-западе России, в котором международный туризм занимает одно из доминирующих мест.

Российский Северо-запад постепенно формируется в регион, где административная обособленность отдельных взятых областей и республик уступает место кооперации и стремлению в сотрудничестве использовать имеющийся экономический потенциал, в частности и в международных проектах, и, естественно, в сфере международного туризма, который является одним из приоритетов в нашей деятельности.

*Громов Владимир Викторович, ведущий специалист государственного комитета по физической культуре, спорту и туризму Республики Карелия.*

### *Программа развития водного туризма на Северо-западе России.*

Практически программа развития водного туризма на Северо-западе России, это второй межрегиональный проект, который предлагается для сотрудничества, совместных действий на Северо-западе России.

Первый проект, - развитие туризма в трех регионах - Мурманский, Архангельский и Карелия уже одобрен. Второй же проект нам представляется более важным и более масштабным, потому что он охватывает уже 12 территорий Северо-запада России.

Почему выбран именно водный туризм для того, чтобы предложить его на рассмотрение всей этой территории? Дело в том, что мы имеем одну общую черту - это единую водную сеть, водную магистраль, которая может сегодня эксплуатироваться, которая представляет уже готовые транспортные пути. И их сегодня можно эффективно использовать. Для этого есть все возможности, начиная с развитой промышленности в рассматриваемых регионах, заканчивая подготовленностью на местах к тому, чтобы принимать потоки туристов.

Почему же до сих пор мы не можем эффективно использовать существующий потенциал в этом направлении? Есть несколько сдерживающих факторов, наиболее важный из них - это несовершенство законодательной базы. В 1994 г. мы впервые попробовали предложить этот заслон и провели 20 морских яхт в город Петрозаводск, для участия в Фестивале парусных судов. Однако для этого пришлось в разном порядке получать разрешения у В.С. Черномырдина, в тот момент премьер-министра России. И в 1998 г. правительство Карелии добилось принятия уже на постоянной основе разрешения прохода иностранных и коммерческих судов. К сожалению, разработанная тогда процедура отличается от предложенной Комитетом по туризму, и содержит в себе серьезные ограничения для прохода во внутренние воды России. Это касается и сроков оформления заявок, и формальных обязательств в лоцманской проводке, и обязательного нахождения лоцмана на борту в первом периоде плавания. И другие ограничения, которые связаны с ограничением мест посещений, со строгой предопределенностью маршрута следования. Это то, что ограничивает возможности водного туризма на сегодняшний день. Ведь главное достоинство яхты - это свобода передвижения, возможность изменять маршрут в зависимости от погодных условий, пожеланий, от того, как складывается морская практика в поколе.

Поэтому сегодняшняя работа Комитета направлена на преодоление этих ограничений. За этот год мы трижды обращались в различные Министерства Правительства России. Первые два обращения имели отрицательный результат, получили несогласие четырех министерств: Министерства иностранных дел, Министерства обороны, ФСБ и Федеральной пограничной службы. Последняя наша заявка отправлена на выявление мнения позиции этих министерств. Все же мы надеемся на успешное решение этого вопроса, потому что, преодолев эти основные сдерживающие факторы, мы сможем эффективно развивать водный туризм в регионе, а это интересно для многих, не только для нашего региона: увеличение внутреннего потока туристов стимулировало бы развитие экономики всех регионов Северо-запада.

Понимая это и понимая, что силами одной республики не достичь желаемого результата, не осилить сразу все вопросы создания инфраструктуры и нормальных туристических продуктов, мы предлагаем данную программу на рассмотрение Ассоциации Северо-запад и Ассоциации яхтинга Северо-запада для экономического партнерства. Объединение усилий в этом направлении позволит всем нам успешно решить данную задачу.

И первым шагом в реализации данной программы должно стать формирование рабочей группы по разработке проекта и по созданию и подготовке инвестиционного проекта, подготовке технико-экономического обоснования проекта с тем, чтобы эффективно выходить на международный рынок, включаться в международные маркетинговые и информационные сети.

Эта идея уже несколько раз обсуждалась на международном форуме в Ярославле, на встречах с вице-губернаторами Санкт-Петербурга Гришиновым, на встречах с Администрациями и исполнительными комитетами Мурманской и Архангельской областей, Ленинградской области, и, впоследствии она получила полную поддержку. Мы хотели бы, чтобы весь Северо-запад, начиная от Калининграда и заканчивая Вологдой, был включен в этот проект и здесь увидел свою интересы. Мы не сомневаемся в успешности этого проекта и уверены в достижении высоких результатов.

*Железнова Маргарита Михайловна, Председатель комитета по туризму, курортам и международным связям Администрации Тверской области.*

### *Опыт развития туризма в Тверской области.*

Тверская область - это огромная территория, 86 тысяч квадратных километров, в которую входят 36 районов, и фактически она составляет территорию двух Австрий.

Уникальное местоположение, очень выгодное географическое положение, Тверской области обусловлено тем, что она примыкает к своим хорошо развитым транспортным артериям к Европейскому союзу через Белоруссию и Литву, через Псковскую область к Прибалтике, к Скандинавским странам. В древнейшие времена по нашим территориям проходил путь викинтов, который обозначил название великой русской реки Волги, скандинавское происхождение города Твери.

В настоящие времена, кроме железнодорожного и автомобильного транспорта, развивается и воздушный транспорт. Пока работает на грузовых рейсах, но уже получив таможенный и паспортный контроль нового аэропорта, который фактически долгое время являлся запасным аэродромом для Шереметьевы-2. И мы надеемся, что в ближайшие годы это будет самостоятельный аэропорт, который поможет соединить центральную Россию и Северо-западные линии с ближайшими линиями Европы.

На территории области берут начало, кроме реки Волги, реки Даутова и Днепра, а фактически Волдай является территорией великого водораздела, и источником чистой воды для всей Москвы и Московской области. В области насчитывается смык 500 озер и находится крупнейшее озеро в европейской части России - это озеро Селигер, известное своими запасами, по глубине, его можно назвать маленьким морем, потому что глубина достигает 40 метров. Кроме естественных водоемов имеется 11 водохранилищ, среди них крупнейшие Иваньковское и Рыбинское водохранилища, которые также являются источниками питьевой воды.

Кроме того, по запасам рыбы и разнообразию фауны и флоры область уникальна. На территории области встречается 236 видов птиц, 66 видов животных. Среди них есть и европейский зубр, маралы и так далее.

С точки зрения культурного наследия территория также является уникальной, нет ни одной известной русской фамилии в истории России, которая бы не имела бы здесь своей вотчины, имения или усадьбы. Около 6 тысяч усадеб на территории Тверской области. У нас

находится уникальный монастырь, который называли в 19 веке иерусалимом - Нилова Пустынь, место паломничества. Проплос Тверской области (в прошлом Калининская область) совершенно необычно по своей истории: не было ни одного писателя, художника, которые бы не работали на нашей территории. Насчитываются свыше 5 тысяч памятников. (не считая 6 тысяч усадеб). Очень много памятников архитектуры и археологии, поскольку великие драмы туризма в греки, туризм антиквариев проходили по нашей территории.

Территория, действительно, исконно русская, коренными жителями были русские, с 18 века их сменили карелы, в настоящее время насчитывается свыше 135 национальностей. На территории города Твери существовали отдельные территории, на которых жили немцы и татары.

По своему ландшафту территория тоже очень интересная, есть места, которые вполне заслуженно называются «русская Швейцария» и «русская Италия».

Важно отметить, что в Тверской области, одной из первых, была создана федеральная российская программа, в которой приоритетным в развитии экономики является туризм. Развитие туризма может реально улучшить благосостояние региона.

Успешное продвижение региона на внешний рынок возможны лишь с использованием рекламных компаний, причем необходимо увеличение бюджетного финансирования на эти направления (за четыре года на рекламу было выделено всего 200 тысяч рублей).

Туризм на территории Тверской области в 70-е - 80-е годы определялся цифрой - 300-350 тысяч туристов в год, (включая транзитный туризм по трассе Москва - Санкт-Петербург, Москва - Рига). В настоящее время, мы столкнулись с фактом, что все туристские базы находились на картотеке, несмотря на то, что им предоставлялись налоговые льготы. Единственное, что развивалось, это курорты Тверской области. Тогда число посещений Тверской области составило 2 тысячи (на 1 января 1997 года). За 9 месяцев 1999 года эта цифра увеличилась до 211 тысяч, т.е. практически приблизилась к объему посещений в 70-е годы.

Однако было установлено, что пропускная способность Тверской области в настояще время не превышает 300 тысяч, поскольку не развивается инфраструктура туризма. Многие ведомственные базы требуют капитального ремонта, возникает острая необходимость в новых, современных объектах размещения. Кроме того, общая для всех регионов, и для нашего в том числе, является проблема практического государственного регулирования, управления координации действий. Необходима государственная поддержка в промышленности Тверской области, в формировании благоприятного имиджа, в создании условий для развития туризма, и в целом в создании единого туристского пространства.

Небольшой пример: Администрация Тверской области занималась активной рекламой, были запущены небольшие деньги на продвижение региона. И, наверное, сейчас только ленивый не знает Тверскую область. Это была наша задача: внутри области были задействованы все средства массовой информации, внутри территории - всевозможные каналы через местный Дом журналистов, проведены 10 презентаций как в самой области, так и по всем районным городам (Осташков, город-курорт Кашин). Мы активно рекламировали себя на внешних рынках: в Петербурге, Москве, Берлине, совсем недавно в Стокгольме. В апреле месяце этого года мы впервые провели туристскую ярмарку, которая станет традиционной с 20 по 22 апреля.

Население области просыпалось в 7 утра со словом "туризм" и последний телеканал заканчивался в 12 ночи тоже со словом "туризм", кто-то выступал. Фактически произошло изменение сознания, которое было необходимо, наш эксперимент удался. Еще одно направление нашей деятельности - улучшение отношения населения к туристам и к автотуризму, повышение уровня образования работников туристского бизнеса. Дизайном нашей работы стало утверждение: без улыбки, которая приносит нам деньги, работать в туризме нельзя.

В настоящее время на территории Тверской области зарегистрировано 45 предприятий туризма (в 1996 г. их было всего 7), из которых 50% занимаются внутренним туризмом (в 1996 году это было только одно предприятие). При Комитете работает Коллегия, в которую входят представители всех крупнейших туристических организаций региона, каждый месяц проходят собрания представителей туризма, решаются актуальные проблемы, происходит обмен мнениями и т.п.

В заключении анализа назовем основные задачи в деятельности Комитета Тверской области.

Во-первых, повышение активности координационного совета Северо-запада, особенно в сфере регионального сотрудничества.

Затем организационно-маркетинговые центры. Зная и учтя европейский опыт, необходимо создавать базы данных, увеличивая количество информационно-рекламных центров по всей области. Целесообразны мы считаем создание комплексного проекта по организации информационных центров в целом по России, чтобы как на федеральных дистанциях, так и в Северо-западном регионе России существовали эти информационные центры.

Существует наша общая задача соединения туризма и интересов государства. В настоящее время велика раскоординированность регионов, и поэтому многие вещи, которые делаются на Северо-западе, не знают в Центральной России и наоборот. Однако нужно сказать, что это проблема, которая может быть решена только нами самими. В Москве нам готовы помочь и поддержать те программы, которые будут нами разработаны.

Потому я предлагаю. Первое - создать такое положение и направить его Путину, поскольку он интересуется, пусть он прочтет.

Второе - создать, при поддержке Российской ассоциации туристических агентств, а именно Северо-западного отделения, pilotный проект по организации туристских информационных центров, и потребовать, чтобы в государственном бюджете РФ были заложены средства каждому региону хотя бы на один такой информационный центр. Без этого просто нельзя работать, она может оказывать и техническую помощь всем заинтересованным и предоставить рабочие места для молодежи и т.д.

Еще один аспект сотрудничества - создание сквозных туристских коридоров. Это наша единная, общая задача. Совершенно не верно то, что регионы - конкуренты друг другу. Ничего подобного. Все мы заинтересованы в общих потоках. Так, например, мы можем говорить о совместной рекламе.

Потому еще раз хочу сказать: координационный совет должен собираться чаще и работать, в том числе по электронной почте, и по Интернету. Важную роль здесь могла бы сыграть РАТА и Институт туризма в Санкт-Петербурге: в этих структурах есть система, которая была одобрена на форуме в Ярославле, когда по Интернету практически вся Россия разговаривала на этом совещании.

Очень важно участвовать в международных туристских биржах, сообща представлять Россию на высоком уровне. Там, где речь идет о нашей национальной чести и достоинстве, может быть, действительно есть смысл сложиться «по колеям», и туризму, и туризму, и администрации.

В заключение еще об одной важнейшей задаче: необходимо создание отдельного министерства, где был бы заместитель по внутреннему туризму, который занимался бы продвижением отдельной строки федерального бюджета для повышения имиджа России и наших территорий. Такая строка должна быть.

Необходим также пересмотр Закона о туризме в РФ и Налогового кодекса, поскольку те нормативные документы, которые были созданы, на самом деле плохо работают.

Вот эти вопросы важны.

*Зимоглядова Вера Викторовна, председатель комитета по туризму и межрегиональным связям Администрации Калининградской области.*

### **Привлекательные аспекты предоставления тур услуг в условиях особой экономической зоны.**

В последние годы в прессе и с различных трибун очень много говорится о необходимости создания единого туристского пространства на территории Северо-запада. Вполне закономерно говорить также и о необходимости знаний о происхождении в том или ином регионе Северо-запада, с тем, чтобы как раз туристская политика носила какой-то конкретный, целиенправильный характер и один регион не подменял другой.

Короткий экскурс в историю. Кёнигсберг, а сегодня это Калининград, был таким же центром культуры для Германии, как Санкт-Петербург для России. Краинь нынешний Зеленоградск и Раушен, сегодня Светлогорск, - это курорты федерального значения, единственные курорты на российской Балтике, которые имеют выход в открытые Балтийское море. В 19 в. они были такими же популярными, как французские курорты и конкурировали с лучшими курортами Европы. На протяжении десятилетий Калининградская область была закрыта для внешнего иностранного туризма, очень была ограничена для советских туристов. Такие города, как Балтийск, бывший Пиллау, вообще был закрыт для российских туристов. Поэтому мы на протяжении десятилетий привыкли к тихой, закрытой обстановке у себя в регионе. Практически туризм у нас не развивался. И советское правительство активно вкладывало средства и финансировало соседние для Калининградской области, тогда советские прибалтийские республики, Литвию, Литву и Эстонию.

Сегодня с потерей для России таких престижных курортов, как Паланга, Юрмала особенно актуальность приобретает Балтийское побережье Калининградской области, и в первую очередь, курорты, которые находятся на этом побережье - Светлогорск, Зеленоградск.

В свое время, когда был Калининград подмосковный, нас все время спрашивали, что это тот Калининград, который находится под Москвой? Нас не знали ни в Европе, ни в Америке, и как ни странно, нас не знала и Россия. Объяснение этому - закрытие города и области, с которых начал разговор. С 90-х годов Калининградская область открыта для внешнего Калининградского туризма и город Балтийск открыт для российского туризма. Остались очень небольшие территории в области, которые объявлены для иностранных граждан с регламентированным посещением (то есть по спискам, которых заранее согласованы).

С утратой большинства морских курортов в России, Калининградская область здесь имеет особую актуальность: это рекреационный туризм - оздоровление, восстановление, прекрасная лечебная база. И что характерно, европейцы не доверяют нашим курортам, нашим санаториям, а Калининградской области доверяют. У нас отдыхают немцы, поляки, литовцы. Калининградская область - единственная в России, которая имеет статус особой экономической зоны. Поэтому не нужно долго рассказывать о том уровне цен, который держится у нас - каждый, не только иностранец, чувствует себя миллионером. Принят Федеральный закон об особой экономической зоне. С 1998 года работает федеральная целевая программа до 2005 года, программа развития особой экономической зоны в Калининградской области. В них определяется перечень правовых и экономических льгот, прежде всего эти льготы таможенные и налоговые. Продукты, которые изготавливаются на территории Калининградской области, не облагаются никакими видами налогов и пошлин при их экспорт. Продукты, которые не производятся на территории Калининградской области, при вывозе на территорию области также не облагаются никакими сборами и

налогами. То есть области с такими экономическими условиями, как Калининградская, на территории России нет.

Кроме того, географическое положение Калининградской области позволяет создавать турпродукт, который носит название совмещенного. На территории Калининградской области восьмь консульств, и дальше идет тенденция к увеличению количества представительств различных стран в Калининградской области. Прибываю просто на отдых в Калининградскую область в санаторий, пансионат, гостиницу, дом отдыха, на турбазу, турист имеет возможность посетить Литву, причем многие турфирмы оформляют визу за два часа. В Польшу - об этом говорить не приходится. Два часа от границы и до скопинский аквариум, Гданьск, великолепные экскурсионно-познавательные маршруты, замки, развлекательная программа, то есть весь комплекс услуг, которые может позволить человеку на отдыхе. На людей, которые впервые приехали в Калининградскую область и имеют возможность отдохнуть, туризма, рекреации, это производит впечатление.

Однако есть и проблемы: недостаточное количество помещений и на сегодняшний день. Те, кто захочет вложить какие-то средства, привлечь инвестиции на территорию Калининградской области, получат отдачу в благодарность, поскольку экономические условия, льготы позволяют получать очень быструю отдачу отложений в инфраструктуру Калининградской области.

В Калининградской области активно развивается экологический туризм, поскольку на территории области находятся два уникальных природных образования, две косы: Курская и Рислинская. Сейчас завершается подготовка документов для включения Курской косы в список объектов ЮНЕСКО. На территории небольшой области огромное число водоемов: это и кас море, и два залива, и более 200 озер и рек.

Нынешний облик территории европейский, но люди российские. На территории области проживают представители 112 национальностей. Калининградская область полностью после завершения Второй мировой войны представителей национальностей всего бывшего Советского Союза. Изворот: что калининградцы - это довоенные ленинградцы.

Кроме того, на территории области хорошо развиты приключенческий и экскурсионно-познавательный туризм, конгресс-туры, шоп-туры. Из Калининградской области можно попасть в любую точку бывшего Советского Союза, область имеет возможность также курсировать через Варшаву, т.к. находится рядом с Польшей.

Словом, любое направление, которое Вас интересует и которое Вы развиваете в туризме, возможно развивать в сотрудничестве с Калининградской областью.

*Карчевский Михаил Федорович, руководитель детского культурно-экологического клуба "Непоседа", председатель общественного объединения "Санкт-Петербург за экологию Балтики".*

### **Перспективы развития геологического туризма на Северо-Западе РФ.**

Одним из вопросов, которые необходимо знать каждому, кто имеет какое-либо отношение к туризму - это знание потенциала своего родного края, в частности Северо-запада. Если говорить о геологических памятниках природы Северо-Запада России, от Мурманска до Калининграда, то важно отметить, что очень немногие владеют информацией о них. Так, например, в Мурманской области находится 80% из всех открытых на земном

шаре минералов, и есть даже такие, которых больше нигде нет, ни на Земле, ни на Луне, ни в космосе.

Сейчас выходит книга «Природа Ленинградской области», в ней на наш взгляд достаточно полно представлено разнообразие объектов живого и неживого мира нашего региона.

Я вижу «золотое» дно здесь, на Северо-Западе:

- во-первых, это Ленинградская область, Карельский перешеек, где найдены скальные породы, возраст образования которых 4 - 2 миллиарда лет. На южном побережье финского залива, найдены древнейшие осадочные отложения, камбрийского периода, давшие на территории нашего региона можно встретить породы девонского периода, ардовика, а в Вологде - мел, триас, в Калининградской области - неогеновые отложения. Это уникально, это то, что нет никуда.

- во-вторых, палеонтологические памятники. В 1997 году в Ленинградской области найдены не только петрофаги, как в Карелии, но и барельефы наскальные. Лестница Восторг этих барельефов и лестница как минимум межледниковые, то есть они имеют минимум 25 тысяч лет назад. Есть петрофаги, наскальные рисунки 4-6-8 тысяч лет назад. В Амбарском районе открыт кладбище динозавров, одно из крупнейших в природе.

- третье - это исторические памятники: Северный Увалы, Великий Устюг, где вся набережная в церквях, Кич-городецкий, Никольский районы. Это и Новгородская область, древний седлярский путь, Псковская область, знаменитые своими перекличками Дальше - Вологодская область. Это страны ирий, это памятники природы мирового значения Андрамагара на Онежском озере. Это начало, истинные истоки реки Волги, реки Ра, которая брала начало из страны ирий.

Мы просто не знаем то, на чем живем, есть масса того, что можно изучить, показывать и использовать как турипродукт, в конце концов.

Кирilloв Анатолий Гахонович, зав. кафедрой Института туризма и гостиничного хозяйства

#### **Система продвижения дестинации на внутреннем и внешнем рынках.**

Современное состояние развития туристского рынка во многом зависит от правильного понимания места и роли дестинации, как туристского центра, в привлечении туристов. Туристская дестинация может определяться как территория обладающая соответствующей привлекательностью и имеющая транспортную доступность. Примером дестинации может выступать как Санкт-Петербург, так и Северо-Запад России в целом.

Необходимо учитывать, что совокупная привлекательность дестинации состоит и формируется из различных компонентов и различными организациями, с различными интересами, целями и экономической структурой. В связи с этим для успешного продвижения туристской дестинации на международные и внутренние рынки требуется взаимная координация, кооперация и партнерство всех заинтересованных сторон: органов управления, предпринятый индустрии туризма, некоммерческих организаций, местных жителей, туристов.

Результатом данного партнерства должно быть определение целей развития туризма в дестинации, разработка туристской политики и приоритетных направлений, формулировка

стратегии, оценка влияния, разработка и выполнение планов, мониторинг. Это позволит наиболее полно представить привлекательность конкретного туристского центра.

После определения привлекательности туристского центра необходимо найти соответствующие целевые рыбы, группы и сегменты, как в стране, так и за рубежом. Для реализации этой работы необходимо создание соответствующих структур и организаций, одним из которых может стать маркетинговый центр дестинации (например Санкт-Петербург). Работа данного центра исходя из зарубежного опыта, позволит правильно и эффективно заниматься организацией продвижения туристской дестинации на различные внутренние и международные рыбы.

Работа такого маркетингового центра должна заключаться в разработке совокупного туристского продукта туристской дестинации и его отдельных составных частей, сборе и анализе информации о целевых рынках, сегментах и субсегментах туристского рынка, видах и формах туристских поездок в дестинацию, разработка системы продвижения совокупного турипродукта на целевые рыбы.

Система продвижения совокупного туристского продукта на целевые рынки включает в себя различные формы и методы. Здесь можно выделить: городские информационные центры, проведение специальных рекламных кампаний и акций, разработка и продвижение различных рекламно-информационных материалов (буллетинов, брошюр, каталогов, журналов и др.), участие в работе выставок, применение интернета, директ-мейл, устные встречи и т.д.

Корнеев Сергей Евгеньевич, вице-президент РАТА, директор СЗРО РАТА.  
Николаев Сергей Сергеевич, начальник отдела по развитию туризма ГУ «СПб ЦМС».

#### **Городская туристско-информационная служба Санкт-Петербурга: значение, создание, функционирование.**

Говоря о различных путях и способах продвижения Санкт-Петербурга на международном рынке туристских услуг, особенно хочется остановиться на теме информационного обслуживания потенциальных и уже привившихся туристов нашего города и региона в целом.

Существует огромный потенциальный интерес туристов к Санкт-Петербургу. Все исследователи говорят об этом. Но они, к сожалению, не отвечают на вопрос, почему этот интерес еще не привел к туристскому буму в Санкт-Петербурге. Конечно, здесь есть и политические вопросы, и нестабильность в Российской Федерации сказывается. Но, помимо влияния этих факторов, известно, что турист хочет приехать в Санкт-Петербург, действительно хочет, во постоянно отказывает. То есть появляется так называемый отложенный спрос. Он говорит: «Вот я поеду в этом году на какое-то интересное событие, на фестиваль в Бразилию или на карнавал в Венецию, а в Санкт-Петербурге событий нет, он красивый, интересный, но я посмотрю это через год, через два или три». Так происходит довольно часто. Это, конечно, неправильно. Этую ситуацию надо менять. Причем, хочется отметить, что откладывание поездки происходит не потому, что в Санкт-Петербурге нет никаких интересных событий, а потому, что турист просто даже не догадывается об их существовании.

В Санкт-Петербурге достаточно большая событийная база. Городу не хватает профессиональной стратегии продвижения и налаженной системы управления туристскими информационными потоками. К сожалению, приходится отметить, что в настоящее время на

рынке Санкт-Петербурга отсутствуют организации, которые занимались бы комплексным управлением туристскими ресурсами города, их учетом, сбором туристской важной информации, ее обработкой в соответствии с нуждами клиентов и дальнейшим распределением среди заинтересованных лиц и организаций.

По мнению авторов, многие, если не все из этих задач, смогла бы решить городская Туристско-Информационная Служба, которая включала бы в себя, как минимум, пять обособленных элементов, каждый из которых был бы нацелен на удовлетворение конкретных требований рынка.

Для определения формы и места новой организации на туристском рынке Санкт-Петербурга необходимо сначала описать ситуацию, которая сложилась на данном рынке на настоящий момент.

Санкт-Петербург исконно является крупнейшим туристским центром северо-западного региона России, да и всей страны. Многие памятники архитектуры имеют всемирное значение. Тем не менее, в настоящее время на туристском рынке нашего города наблюдается недостаточная освоенность и развитие спектра услуг, предоставляемых петербуржцам и гостям города, которые хотели бы получить туристскую информацию. Существующие предприятия и организации, предоставляющие подобные услуги крайне разрознены. Кроме того, нет достаточной инфраструктуры, которая полностью удовлетворила бы спрос. Наблюдается острые необходимость изменения ситуации в этой области.

В рамках городских структур решением задач туризма занимаются две структуры. Это Управление развития объектов размещения и услуг (УРОПУ) Комитета по внешним связям и Комитет по туризму и развитию курортов (КТРК). Этими комитетами выполняется достаточно большой спектр работ по участу (в том числе статистическому) туристских ресурсов, продвижение города, координация действий различных участников туристского рынка, лицензирование, разработка концепций развития туризма города. Но, все равно, пока остается следующий перечень услуг, которые в настоящее время не осуществляются никакой из служб на уровне города:

- координация мероприятий различных городских служб;
- прямая выдача информации гостям города, обслуживание туристов и консультации с контрактом с клиентами;
- продажа и выпуск городских карт и планов проспекта;
- составление, выпуск и рассылка городского календаря мероприятий;
- служба распределения номеров в гостиницах на посреднических началах;
- классификация гостиниц;
- составление и продажа собственных научных приложений или программ;
- служба распределения комнат в частном секторе на посреднических началах и организация программ на крупных мероприятиях (по запросу);
- организация съездов и других крупных мероприятий;
- посредничество в распределении экскурсоводов.

В недавнем прошлом была предпринята попытка создания городского туристско-информационного центра при одном из Комитетов. Ситуация, сложившаяся на настоящий момент, позволяет говорить о неженеративности этого центра, т.к. на его развитие необходимы достаточно большие финансовые вложения, которые в настоящий момент невозможно найти внутри города. Сейчас этот ТИС не работает так, как должен работать подобный центр в таком городе как Санкт-Петербург. Современная ситуация характеризуется отсутствием организации, которая оказывала бы полный комплекс услуг по информационному и техническому туристскому обслуживанию петербуржцев и гостей города (в т.ч. и потенциальных).

Сложились все предпосылки для основания подобного института. Не за горами Чемпионат мира по хоккею, празднование 300-летия Санкт-Петербурга. Нельзя встречать

мероприятия такого уровня без организации, которая обслуживала бы туристов до, во время и после пребывания в нашем городе.

Особенно важным является представление услуг на высоком международном уровне. Имеется в виду создание туристского сервера в сети Интернет с большим комплексом предоставляемых услуг и создание Карточки гостя Санкт-Петербурга. Клиент должен еще до прибытия в город иметь возможность получить интересующую его информацию, а, оказавшись на месте – наиболее комфортно чувствовать себя при “обитении” с городом.

Основной идея создаваемой ТИС является то, что она будет работать как самостоятельная конкурентоспособная организация (возможна организационно-правовая форма – Некоммерческое партнерство или Закрытое Акционерное Общество), в которую в том или ином виде вложились бы всевозможные городские структуры, заинтересованные организации, учреждения, фирмы, частные компании и пр. На начальном этапе возможно также привлечение средств заинтересованных международных институтов, банков, страховых компаний.

В создании и развитии ТИС заинтересованы все предприятия туристской и связанных с ней отраслей. Гостиницы, рестораны, бары, казино, туристские фирмы, транспортные компании, страховые общества, банки – все они являются потенциальными потребителями (и одновременно – производителями) услуг, которые будут предлагать ТИС. Все они могут стать акционерами нового общества.

Основные цели ТИС будут заключаться в следующем:

- Разработка, поддержание и актуализация базы данных, включающей информацию об объектах туристского интереса на туристском рынке Санкт-Петербурга и об объектах обеспечивающей инфраструктуры.
- Использование системы международного информационного обмена для продвижения туристских ресурсов Санкт-Петербурга на мировой рынок туристских услуг.
- Развитие сети предоставления информационно-справочных услуг в области туризма для администраций, коммерческих организаций и частных лиц.

Стратегия развития предусматривает создание на первоначальном этапе головного офиса ТИС с целым набором базовых задач и функций. В дальнейшем предполагается, что в результате реализации различных проектов (информационные офисы, электронная биржа, карточка гостя, издательская деятельность, телефонная информационная служба и пр.) ТИС выйдет на полное самофинансирование и будет приносить доход организациям и частным лицам, которые являются акционерами.

Для обеспечения наиболее полной и оперативной подачи информации в ТИС представляется разумным наладить тесную взаимосвязь Службы с комитетами городской Администрации, которые занимаются вопросами туризма.

В качестве услуг ТИС на первоначальном этапе будут:

- Информация (в том числе платная) в офисах; продажа планов мероприятий, карт, открытоек и пр.
- Создание и введение городской электронной "Карточки гостя Санкт-Петербурга" ("St.Petersburg Card") – дисконтной пластиковой карточки с целым набором услуг, который с течением времени будет увеличиваться. Совместно с метрополитеном, ТТУ, автобусным управлением возможно создание льготных проездных билетов на проезд в транспорте на 1, 2, 3, 5, 10 дней.
- Выпуск рекламной и информационной продукции о городе (ежемесячные планы мероприятий, ежедневные планы важнейших мероприятий, карты города и пр.).
- "Электронная биржа" (мультиязычные компьютерные терминалы с простейшим интерфейсом, компьютерная система прямого бронирования мест в гостиницах, в театрах, концертных залах и пр., страница в сети Интернет, электронная продажа туров и билетов на различные мероприятия и т.д.).

➤ Call-center (телефонная круглосуточная би- или мультиязыковая туристско-информационная служба).

В дальнейшем список реализуемых проектов, а, соответственно, и услуг, будет расширяться.

Важнейшим звеном будущей ТИС, несомненно, будет компьютерный ИВЦ, в который будет стекаться информация от всех участников процесса. Через него будет также осуществляться оперативная связь и передача информации (например, в гостиницы о бронировании). Таким образом, особое внимание на начальном этапе следует уделить именно созданию подобного мозгового центра, состоящего из лиц с базовым образованием программиста и опытом работы в данной области.

Представляется возможным первоначально сделать головной офис ТИС численностью 6-8 человек. Эти сотрудники начнут работу по созданию головного офиса ТИС и разветвленной сети периферийных туристско-информационных офисов в наиболее посещаемых туристами местах нашего города. Непосредственное общение с клиентами будет происходить именно в этих офисах.

Проект предполагает финансировать за счет средств, привлекаемых от всевозможных заинтересованных источников. Причем, учитывая, что организационно-правовой формой ТИС может быть «Закрытое Акционерное Общество», можно рассматривать возможность участия этих организаций в прибыли от дальнейшей деятельности Службы.

Возможными источниками дальнейшего самофинансирования Службы могут стать:

- доходы от реализации проектов, планов и карт города, схем транспорта, сувениров;
- доходы от реализации программы карточки гостя;
- арендная плата, взимаемая с туристских фирм, продажные пункты туров которых будут находиться на площадях информационных офисов;
- доходы от проведения рекламных кампаний: взносы участников коллектильных стендов Санкт-Петербурга на выставках;
- доходы от комиссии за распределение номеров, комнат, продажи туров, экскурсий или предварительной продажи билетов;
- доходы от предоставления услуг по организации конгрессовых мероприятий;
- доходы от комиссии за распределение экскурсий по городу;
- доходы от продажи собственных памятальных программ.

В качестве одного из возможных путей развития организации в дальнейшем, предполагается расширение географии Службы и создание аналогичного информационного офиса по северо-западному региону РФ, с открытием представительств городов и областей в Санкт-Петербурге.

Но возможности развития на этом не заканчиваются. В области международного сотрудничества уже проходят слдаги в направлении обединения усилий по продвижению различных городов региона Балтийского моря, например Санкт-Петербург и Стокгольм.

В Санкт-Петербурге уже открыты туристские представительства Стокгольма, Хельсинки, Гамбурга. Необходимо использовать опыт работы этих представительств и попробовать открыть подобные же центры по продвижению Санкт-Петербурга в этих городах. На этой основе, в дальнейшем, можно будет наливкать систему совместного продвижения наших городов на мировом рынке туристских услуг.

*Берестовой Александр Алексеевич, Председатель Комитета по туризму Администрации Приморского края, действительный член Академии туризма.*

### *Состояние и перспективы развития въездного и внутреннего туризма на Дальнем Востоке.*

В настоящее время показатели государственной статистики, характеризующие на федеральном уровне финансовые аспекты деятельности туристской индустрии и включющие объемы реализации туристско-экскурсионных, гостиничных и санаторно-оздоровительных услуг, говорят, что общая численность иностранных граждан, ежегодно посещающих Россию, за 1993 – 1998 годы увеличилась в 2,7 раза, и превысила в 2,3 раза общий объем въезда иностранных граждан в СССР в 1991 году. Причем, увеличение общей численности въезда иностранных граждан определяется формированием пассажирских потоков из стран СНГ. Въезд иностранных граждан из стран Дальнего Зарубежья увеличился за 1993-1998 годы на 22,8%. В целом численность иностранных граждан, посещающих Россию по туристским визам, составила в 1997 году 14,4%, а в 1998 г. – 18% от общего числа въезжающих в Россию иностранных граждан.

По данным Центрального Банка Российской Федерации, дефицит платежного баланса страны по статье «посезон» за период с 1994-1998 г., по предварительным оценкам, уменьшился в 3,3 раза и составил в 1998 году 1,4 млрд долларов США. Этому в значительной степени способствовало уменьшение численности потока на выезд из Российской Федерации, в сочетании с увеличением присутствия туристов из-за рубежа. Это говорит в пользу въездного туризма.

За период 1995-1997 годы доходы турфирм в сфере въездного туризма увеличились в 1,3 раза, а доходы основных групп хозяйствующих субъектов в сфере въездного туризма выросли в 1,6 раза, что вполне согласуется с динамикой изменения въездных и въездных туристских потоков.

В основу расчетов доходов по внутреннему туризму положены данные государственной статистики об объемах реализации туристско-экскурсионных, гостиничных, санаторно-оздоровительных, транспортных услуг. По данным Госкомстата России за период 1997-1998 г. объем реализации услуг в сфере внутреннего туризма в фактических ценах увеличился на 3,5%.

Поступательное развитие туристской индустрии в России с момента распада СССР до августовского экономического кризиса 1998 года происходило в условиях налогообложения туристских организаций и гостиничного хозяйства, максимально приближенного к общей системе предпринимательской деятельности. За 1995-1998 г. объем налоговых поступлений в бюджеты всех уровней иностранного туризма возросли в 1,8 раза. Ситуация в туристской индустрии начала резко меняться в 1998 году. Разоренная, но выжившая в условиях тяжелейшего экономического кризиса, туристская отрасль, не успев выйти из него, оказалась под угрозой невиданного доселе налогового прессинга, угроза которого сохраняется и по сей день.

В условиях достаточно сложной экономической и политической ситуации в стране и отсутствия понимания наших проблем со стороны государства и, особенно, отдельных министерств и ведомств, сама жизнь показала необходимость консолидации усилий в решении задач по развитию туризма, как субъектов Российской Федерации, так и регионов в целом. Поэтому, в марте 1996 года было принято решение о создании Совета руководителей территориальных органов управления туризмом дальневосточного региона.

Определены 11 основных направлений работы Совета, среди них:

- координация деятельности и обобщение опыта работы территориальных органов управления туризмом;

- разработка и реализации региональных программ развития туризма и охраны туристических ресурсов;
- координация работы учебных заведений региона по подготовке и повышению квалификации кадров для работы в туризме;
- поблорование региональных интересов по развитию отрасли в Федеральных органах.

Главной задачей Совета на 1999 год является разработка в соответствии с решением Коллегии Государственного Комитета Российской Федерации по физической культуре и туризму (в начале года) межрегиональной программы «Развитие туризма на Дальнем Востоке» с целью объединения туристских ресурсов каждой территории и создания единого туристического пространства на Дальнем Востоке.

В I-м полугодии 1999 г. в Приморском крае выехало 20,8 тысяч туристов из более чем 40 стран мира, что, к сожалению, на 2 тысячи туристов меньше по сравнению с этим же периодом прошлого года (для сравнения – тысяч российских граждан практически соответствует уровню прошлого года и составил около 80 тысяч). Анализ показывает, что по въезду уменьшение имеет за счет сокращения на 45% количества туристов из Китая по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В то же время увеличилось число туристов из Республики Корея, США, Японии, Тайваня, КНДР, Германии, Австралии и др. стран. Следует также отметить значительные качественные изменения в составе туристов из КНР. На треть сократилось число туристов-коммерсантов и на столько же выросло число туристов, выезжающих по экскурсионной программе.

На сегодняшний день самый динамично развивающийся и прибыльный сектор мирового туристского рынка – круизный. Хотя он составляет пока всего 3-5% в общем объеме туризма.

Впротекло сложившимся мыслю, суммы, затраченные туристами на морские круизы, не только не превышают, но зачастую оказываются гораздо меньше расходов на наземный отды. По прогнозам западных аналитиков, к 2003 году 80% путешественников будут предпочитать круизы. Развитие круизных маршрутов, как одного из видов въездного туризма, является:

- наиболее эффективным, с точки зрения минимума затрат на создание необходимой инфраструктуры как в Приморском крае, так и в регионах Дальнего Востока;
- переходным этапом к развитию наземных и воздушных видов туризма.

Современные морские суда могут осуществлять путешествия в различных регионах Дальнего Востока, обеспечивая для иностранных туристов возможность наблюдать удивительные уголки дальневосточной природы, нарушая ее первозданность. В настоящее время Комитетом по туризму и санаторно-курортному делу администрации Приморского края совместно с Владивостокским биро путешествий и экскурсий и при содействии департамента по туризму ассоциации «Северное Приморье» по заказу американской круизной компании готовится программа приема круизных судов вдоль побережья Приморья 2000 год.

16-18 июня 1999 года во Владивостоке проходило очередное заседание Инициативной рабочей группы «Дальний Восток России – Западное побережье СИПА» Комитета по развитию делового сотрудничества Межправительственной российско-американской комиссии по экономическому и технологическому сотрудничеству, организуемое департаментом по внешнеэкономическим связям и туризму администрации Приморского края.

В плане въездного туризма можно говорить об определенных успехах в развитии российско-китайских связей. В марте т.г. в рамках 11-й ярмарки по развитию торгово-экономических отношений и туризма прошло третье совместное совещание Управления по туризму провинции Хэйлунцзян, Управления по туризму г. Суйфэньхэ и Комитета по туризму и санаторно-курортному делу администрации Приморского края.

В первой декаде мая прошли встречи и переговоры с делегацией Управления по

туризму г. Далянь, подписано соглашение о сотрудничестве, которое практически сразу же начало осуществляться. 27-29 августа 1999 года в г. Хунчуне прошло 2-е заседание рабочей группы «Программы развития района реки Тумнган» по вопросам туризма, приуроченное к Хунчуньской международной туристской ярмарке (28 августа – 2 сентября 1999 г.). Были представлены пять программ, касающихся развития туризма в регионе, намечены пути стимулирования инвестиций в сферу туризма, организации маркетинга, повышения качества турпродуктов и решения проблем пересечения туристами границ стран-участниц проекта Тумнган.

В настоящее время в Приморском крае зарегистрировано около 200 туристических предприятий, из них свыше 160 расположено в г. Владивостоке, 12 в г. Уссурийске, 6 в г. Находке и других городах края. Кроме этого, на территории края работает 3 предприятия со стопонентным иностранным капиталом. Въездным туризмом в крае занимаются свыше 60 фирм, многие из них активно проводят и внутренние туры. Тур предприятия, занимающихся только внутренним туризмом около десети.

В рамках реализации целевой программы «Развитие туризма в Приморском крае до 2005 года» продолжаются работы по разработке «Схемы территориального развития въездного и внутреннего туризма в Приморском крае». Совместно с департаментом по туризму ассоциации экономического взаимодействия проводится работа по созданию Концепции развития туризма в районах, входящих в ассоциацию.

Подводя итоги, можно сказать, что стратегия развития туризма на Дальнем Востоке должна исходить из следующих основных предпосылок:

1. Приморье, Камчатка и некоторой части территории Хабаровского края в рекреационной системе Дальнего Востока отводится роль региональной зоны отдыха. При этом, рекреационный, культурно-исторический и научно-познавательный потенциал этих территорий способен обеспечить потребности жителей региона и других областей страны в полноценном отдыхе.
2. Экономико-географическое положение (в том числе и приграничное) Приморья, Хабаровского края благоприятствует развитию внешне - экономических связей в области туризма со странами АТР. Этот же фактор может стать компенсирующим в ситуации удаленности от российских рынков и повышения транспортных тарифов.
3. Развитие круизных маршрутов, как одного из видов въездного туризма, является наиболее эффективным с точки зрения минимума затрат на создание необходимой инфраструктуры в регионах Дальнего Востока.
4. Союз туристских предприятий и санаторно-курортных учреждений – одна из основ повышения эффективности въездного и внутреннего туризма в регионе.
5. Образование, соответствующее международному уровню подготовки кадров для туристской отрасли, в союзе с благодатным опытом старшего поколения специалистов – непременное условие успешной деятельности всей туристской отрасли региона.

*Богданов Евгений Иванович, ответственный секретарь международной туристской ассоциации СНГ, директор Института туризма и гостиничного хозяйства СПбГИЭА, профессор.*

**Формирование единого туристского пространства  
Содружества Независимых Государств.**

Туризм, как отрасль экономики, требует определенных специфических подходов к формам и методам управления. Это обусловлено, прежде всего, тем, что основополагающими в данной отрасли являются два важнейших элемента: *дестинация* и *лицо (турист)*, которое пребывает в ней в течение определенного времени с целями, не связанными с получением дополнительного дохода. Международная практика развития туризма в последние годы выработала новые подходы к его организации, базирующиеся на использовании следующих основных принципов:

- упрощение туристических формальностей;
- стандартизация качественных характеристик комплексной туристской услуги;
- формирование государственных законодательных баз туризма, адаптированных к международным нормативно-законодательным актам и др.

С целью создания условий вхождения государств-участников СНГ в международный туристский рынок Межпарламентская Ассамблея учредила «Международную туристскую ассоциацию СНГ» и приняла подготовленный ею модельный Закон СНГ «Об основах туристской деятельности в СНГ», создана Постоянная комиссия МПА СНГ по вопросам культуры, информации и туризма, учрежден и приступил к работе Международный институт туризма СНГ - первое межгосударственное высшее учебное заведение данного профиля, уже открывшее свой филиал в Республике Казахстан. На повестке дня рассмотрение в апреле 2000 года модельных Законов СНГ «Об основах курортного дела в СНГ» и «О социальном туризме в СНГ». Все это будет бесспорно способствовать созданию общего законодательного и образовательного комплекса в сфере туризма Содружества Независимых Государств как базы формирования единого туристского пространства.

**Круглый стол  
«Курорты и туризм».**

**7 октября 1999 года 10:00 – 13:00  
Конференц-зал б павильон «Ленэкспо»**

*Зайцев Геннадий Алексеевич, д.м.н.. Председатель правления Ассоциации курортов Северо-Запада.*

**Санаторно-курортный комплекс Северо-Запада России и его возможности.**

Учитывая неблагоприятные демографические показатели состояния здоровья российских граждан, санаторно-курортное лечение и оздоровительный отдых, приобретают особое социальное значение.

Санаторно-курортный комплекс Северо-Запада накопил значительный опыт в оздоровлении различных категорий населения. В санаториях региона осуществляется лечение практических всех заболеваний, в том числе полученных в результате радиационных катастроф.

Северо-Западный регион богат природными ресурсами. Лечебные грязи имеются в районах Белоостров (Санкт-Петербург), в Карелии, Ленинградской, Новгородской, Псковской, Кировской, Архангельской и Вологодской областях, а минеральные источники практически во всех регионах Севера-Запада РФ.

В здравницах работают высококвалифицированные специалисты. Налажена тесная связь с научными и учебными заведениями города, а также между регионами.

В Курортном районе Санкт-Петербурга имеется свыше 70 санаторно-курортных и лечебно-оздоровительных учреждений. Для координации работы здравниц и оказания методической, юридической и профессиональной помощи в 1996 году создана Ассоциация курортов Северо-Запада. В настоящее время она объединяет около 30 курортно-оздоровительных предприятий. Ассоциация выступила учредителем Национальной Курортной Ассоциации. Является членом Комиссии Балтийских стран Европейской Ассоциации курортологов. Расширение членства в Ассоциации осуществляется на базе санаторно-курортного комплекса Северо-Запада РФ.

Главным направлением деятельности Ассоциации является улучшение инфраструктуры и материальной базы санаторно-курортной отрасли путем объединения усилий регионов Северо-Запада и регулярной работы с правительственные органами.

В большинстве зарубежных стран курортное дело является одной из высоколиквидных и динамичных отраслей экономики. Деятельность данной отрасли оказывает значительное влияние на развитие транспорта, торговли, сферы услуг, что наполняет бюджет региона.

Понимая это Правительство РФ Постановлением N 101 от 02.02.1996 года «О федеральной целевой программе «Развитие курортов Федерального значения» признало северное побережье Финского залива Санкт-Петербурга и Ленинградской области курортным регионом федерального значения. Этим же Постановлением на Севере-Западе признаны федеральными курортами Светлогорск-Оtradnoe-Пионерск (Калининградская область), «Марийские воды» (республика Карелия), «Старая Русса» (Новгородская область).

На сегодняшний день актуально принятие в Санкт-Петербурге и субъектах Северо-Западного региона закона «О курортной деятельности». Закон должен определить принципы правовых основ единого курортного комплекса, учитывая ведомственную принадлежность здравниц, а также вопросы развития и охраны природных лечебных ресурсов.

В настоящее время разработана отраслевая программа сохранения и развития санаторно-курортного комплекса на побережье Финского залива, которая вошла составной частью в единую программу стабилизации и развития туризма и курортного дела в Санкт-Петербурге.

По своим потенциальным возможностям Северо-Западный регион России может стать одним из крупнейших и престижных центров по оздоровлению российских и иностранных граждан. Как важнейшая составляющая данного вопроса является проблема инвестиций. Эта проблема должна стать темой отдельного обстоятельный обсуждения.

Барсуков Владимир Иванович, к.э.н.

### **Проблемы обучения персонала здравниц.**

Как уже было сказано выше, в Федеральной целевой программе развития курортов остро поставлена проблема обучения и переобучения кадров для санаториев, пансионатов, домов отдыха.

Время диктует коренную перестройку санаторно-курортного комплекса. Как известно, государственное финансирование в основном из фондов социального страхования из года в год постоянно снижается. Конкуренция между отдельными санаториями, курортами и даже курортными регионами неизбежно возрастает.

Конечно лечение, реабилитация – это главное, но гостиничный сервис в наше время это тоже весьма актуальная проблема.

Меняется контингент отдыхающих. Наряду с традиционными отдыхающими (инвалиды и ветераны ВОВ), появляются отдыхающие, прибывающие путевки за наличный расчет (так называемые «новые русские»). Стоимости путевок в отдельных случаях достигают 18 тысяч рублей. Отсюда повышенные требования к питанию и сервису.

Сервисные службы, да и маркетинговые оказываются в такой ситуации, когда они не готовы к приему так называемых «богатых» клиентов, которые по их словам не единожды бывали на международных курортах.

Сравнение последних с отечественными здравницами оказывается не в пользу наших здравниц.

Наше учебное заведение обладает преподавательским составом, прошедшим соответствующую стажировку за рубежом и способным обучить работать горничных, портье. Поваров, а также работников маркетинговых, кадровых служб и бухгалтеров.

При обучении медицинских сестер по массажу используются как традиционные, так и нетрадиционные оздоровительные методики.

Медицинские сестры по диетпитанию также параллельно с традиционной диетологией (столы № 1 по № 5) осваивают альтернативное питание – питание Янь, Инь, разделенное питание, голодные дниеты. Поль Брэйт, вегетарианская и постные (религиозные диеты), стихийное питание из не рыбных морепродуктов (так называемая «японская кухня»).

В то же время возрос интерес к ресторанной кухне. Это связано также с требованием времени: повара осваивают русскую, французскую, европейскую и другие кухни мира. Официанты применяют русский, французский и английские способы обслуживания. В практику внедряется использование «шведского стола», проведение фуршетов, барбекю и т.д.

Приходится менять психологию персонала от обычного ненавязчивого «советского

сервиса» к общепринятому международному, где основной принцип - клиент всегда прав. В отличие от традиционных преподавателей ВУЗов, колледжей и лицеев, которые читают лекции с информацией 20-летней давности, наше учебное заведение сделала акцент на привлечении преподавателей-практиков с большим профессиональным опытом работы в ресторанах, санаториях, гостиницах.

Дихтияр Светлана Васильевна, Институт гостиничного бизнеса и туризма Российской Федерации дружбы народов.

### **Стандарты и управление качеством услуг в сфере туризма.**

1. Проблема повышения качества услуг связана с изменениями в процессе труда как руководящего персонала, так рядовых сотрудников не предприятий сферы туризма и гостеприимства вследствие проведения политики реформ в России. Последствия происходящих преобразований сказались и на следующем мироощущении отдельного работника, и на управлении крупными компаниями. Сфера туризма и гостеприимства при этом не просто качественно изменилась, а практически заново сформировалась, и поэтому требуется специальный анализ способов организации людей для производства услуг конкурентного качества. Новый уровень экономической свободы требует и новых подходов к обеспечению устойчивости результатов управления в условиях неопределенности рынка, особенностей государственного регулирования, и т.д.

2. Качественное изменение сказались, прежде всего, на возрастании роли всех участников экономических отношений в процессе труда. Следует обратить особое внимание на одну из граний нового качества, которая проявилась в углубленном интересе к профессиональным стандартам и стандартам качества предоставляемых услуг. Этот интерес вызвал не только внутренними причинами, связанными с вопросами эффективной организации производства, но и естественным выходом российских фирм на международный уровень, ожиданиями иностранных туристов в России, повышением требовательности российских туристов. Исходя из опыта работы за рубежом, и, самое главное, - общим повышением уровня конкуренции на всех направлениях деятельности компаний в сфере туризма и гостеприимства. Фактически же с ростом благосостояния этот эффект мультиплицируется и начинает затрагивать большую часть социально - экономической жизни общества.

3. Что же придает залогу стандартизации столь важное значение? Почему следует сосредоточить внимание именно на стандартах, выбрав их в качестве важнейших объектов процесса управления? Простой ответ заключается в том, что стандарты, в той или иной мере, присутствуют в любом процессе управления обычной рутинной работой на турфирме, в ресторане или отеле, учащимися в выставке или преодолением финансового кризиса, формированием имиджа или сотрудничеством с местными властями, ведением переговоров или использованием Интернета для рекламы услуг.

4. Сложность рассматриваемой задачи связана в первую очередь с необходимостью согласования в процессе формирования стандартов интересов всех участвующих сторон: государства, предпринимателей и работников. Появление первых основных нормативных актов и разработка системного подхода к стандартизации, несомненно, представляют важный шаг вперед в решении проблемы повышения качества услуг. В то же время, даже наличие достаточно большого количества официальных регулирующих документов еще не

гарантирует появление привычки работать по формальным стандартам, но правилам. На практике превалирует стремление жить «по понятиям», то есть по неформальным, нигде не написанным, субъективным, непроверяемым, а следовательно ведущим к произволу представлениям.

Очевидно также, что и на фирме недостаточно формального провозглашения стандартов. Даже при условии их эффективности и целесообразности с точки зрения производственного процесса, повышение качества услуг связано с ужесточением требований, и поэтому должно быть воспринято непосредственными исполнителями по существу. В противном случае результат такой организации проявится прежде всего в полнейшей экономической неэффективности.

5. Практические рекомендации по проведению стандартизации в сфере туризма и гостеприимства должны базироваться на использовании количественной и качественной информации, полученной от экспертов. Экспертиза в изучаемой области представляет многодисциплинарную область исследований, в которой должны быть использованы знания из самых разных областей: экономики, социологии, психологии, информатики, математики и т.п. Именно такой синтетический взгляд на проблему позволяет, с одной стороны, найти научный подход к решению важнейших практических задач стандартизации сегодняшнего дня, а с другой - сформулировать новые задачи и новые подходы к стандартам, еще не рассматривавшиеся. Необходимо не только производить отбор нужного варианта стандарта, но и предельизывать научно обоснованные принципы такого отбора, выявлять и учить границы (пределы) применимости стандартов в зависимости от числа параметров управления и допустимой трудоемкости их реализации.

Мамаева Галина Александровна, преподаватель информатики, профессиональный лицей «Сервис», Санкт-Петербург.

### **Опыт использования новых информационных технологий в профессиональном образовании при подготовке кадров для туризма и гостинично-ресторанного сервиса.**

Вхождение России в сферу международного туризма ставит проблему кадрового обеспечения отрасли в ряд важнейших.

В условиях интенсивной информатизации мирового сообщества висцерис и дальнейшее развитие новейших информационных технологий становится приоритетным направлением в профессиональном образовании.

В профессиональном лицее «Сервис» (г. Санкт-Петербург) на базе общего полного среднего образования осуществляется подготовка и переподготовка профессиональных кадров для туристических фирм, гостиниц и ресторанов по профессиям:

- организатор туризма;
- техник-организатор гостиничного хозяйства;
- техник-технолог приготовления пищи;
- повар со знанием национальной и зарубежной кухни;
- кондитер;
- официант со знанием иностранного языка;
- бармен.

Поскольку, независимо от среды человеческой деятельности, современная

цивилизация немыслима без использования ЭВМ, необходимо сформировать у учащихся профессионально-информационную культуру, умение работать с информацией и данными – как с жизненно важными национальными ресурсами.

Нужно, чтобы они поняли, что для повышения конкурентоспособности предприятия нужно использовать компьютер не только для автоматизации бухгалтерских операций или печатающую машинку. Необходимо автоматизировать все рутинные операции, связанные с ведением документации, возможными расчетами и калькуляциями, уметь создавать и использовать уже готовые базы данных, осуществлять быстрый поиск, сортировку, накопление информации, создавать профессиональные отчеты.

Наряду с формированием умений и навыков культуры общения с компьютером, швейцары работы с различными периферийными устройствами, такими как матричные, струйные и лазерные принтеры, сканер, факс-модем, учащиеся приобщаются к работе с современными программным обеспечением.

Интерес представляет использование в обучении приложений пакета прикладных программ MS Office Professional. И это не только использование текстового процессора MS Word для создания, редактирования и оформления текстовой информации, а также создание профессиональных отчетов, использование многочисленных встроенных шаблонов для оформления служебных записок, факсов, информационных бюллетеней, резюме и других текстовых документов, проверка орфографии и грамматики.

Помощь компьютера при сложных многосторонне повторяющихся расчетах очевидна. В среде табличного процессора MS Excel отрабатываются навыки составления комплексных финансовых калькуляций, таких как калькуляции туров для менеджеров туристического обслуживания, создание комплексных калькуляций всего ассортимента блюд ресторана для поваров. Причем задача решается таким образом, что при изменении в сводной таблице стоимости каких-то туристических услуг или закупочных цен на отдельные продукты, цены автоматически меняются в калькуляциях всех туров и во всех калькуляционных карточках, куда входит данная услуга или данный продукт.

Для визуализации и анализа данных используется их графическое представление в виде диаграмм, например, гистограмма соотношения стоимостей услуг тура, где можно наглядно увидеть, какие услуги и в какой степени влияют на стоимость всего тура или, например, диаграмма-торт весовых соотношений продуктов в блюде, где можно получить представление, какие продукты и в какой степени влияют на вкус и даже внешний вид блюда. Значения на диаграммах обновляются автоматически при изменениях исходных данных.

Кроме составления калькуляций в среде MS Excel интересна задача «Поиск решения». В рамках этой темы будущим новичкам предлагается с помощью компьютера решать экстремальные задачи по нахождению оптимального набора продуктов сбалансированного питания (т.е. определенного количества калорий, белков, жиров и углеводов) при заданных ограничениях, например, составить такой район, который обеспечит потребности организма:

- при минимальных денежных затратах;
- без использования мясных продуктов;
- при максимально возможном использовании овощей;
- при максимально возможном использовании молочных продуктов и т. д.

Особый интерес представляет создание реляционных баз данных в интегрированном пакете MS Access. В этом среде создаются такие сложные базы данных, как «Гурфирмы» и «Ресторан», где отражаются все сведения о сотрудниках, клиентах, поставителях, объеме продаж, учете товаров и услуг. MS Access позволяет собрать все данные в одном месте и быстро находить нужные сведения для подведения и представления итогов, например, сводки о продажах. Обновление данных выполняется мгновенно – достаточно один раз внести изменение, и оно будет автоматически отражено везде, где это



необходимо.

В приложениях MS Excel и MS Access можно производить анализ работы предприятия туристического бизнеса и его сотрудников и составлять прогнозы, например, какими текущие тенденции, и как они могут оказаться на продажах в будущем. Методы статистического анализа, используемые в MS Excel и MS Access можно использовать для прогноза расходов, закупок, цен и, используя эти прогнозы, строить политику фирмы.

В среде пакета MS PowerPoint можно легко создавать мультимедийные презентации любой информации, товаров или услуг, такие, например, как презентация отдельного тура или целой турифирмы с ее услугами, презентация ресторана, банковского зала или отдельного блюда с использованием цветных слайдов для просмотра на компьютере, а также звука, анимации и видеоЭФФЕКТов.

Наряду с использованием в профессиональной деятельности возможностей выпущенных приложений пакета MS Office Professional, нужно стремиться к тому, чтобы предприятие заняло свое место в информационной структуре рыночной экономики. Это прежде всего доступ к информационным ресурсам глобальной сети Интернет. Поэтому особое место в образовательном процессе занимает приобретение навыков поиска и размещения информации в Интернет, а также знакомство с международной компьютерной сетью туристических услуг AMADEUS.

Минвалеев Ринад Султанович, к. ф.н., Ушакова Валентина Михайловна, к.и.н.  
Национальный институт здоровья.

#### **Значение бани для восстановления работоспособности организма.**

Первые научные труды, посвященные воздействию русской бани на организм человека, появились в XVII веке. Их авторами были иностранные врачи, находившиеся на службе в России. В XIX были опубликованы серьезные исследования о терапевтическом и физиологическом воздействии парной. Среди авторов был и семейный врач Пушкин И. Т. Спасский, а также знаменитый терапевт, изобретатель, общественный деятель Манассеин В. А. и др.

В XX в. практический интерес к банным процедурам значительно вырос, особенно в области изучения путей восстановления работоспособности. Исследования спортивных, санаторных и курортных врачей, их сообщения на научно-практических конференциях интересны результатами экспериментов, разработкой методик и практическими рекомендациями.

Несмотря на большое количество публикаций, опущается необходимость появления обобщающих трудов. На сегодняшний день единственной такой работой, вышедшей 15 лет назад, является монография «Сауна. Использование сауны в лечебных и профилактических целях» (М.: Медицина, 1984).

В ней ученые СССР и ЧССР сделали попытку на основе достижений отечественной и зарубежной научнологии показать не только результат воздействия бани на здоровых и больных людей, но и проследить механизм воздействия с точки зрения физиологии и климатологии.

Следует отметить, что разработка данных проблем сегодня необходима. В современных условиях бани пока еще является одним из доступных традиционных средств восстановления работоспособности и выздоровления людей.

Основным физическим фактором, действующим на организм человека в бане, является сильно нагретый воздух. К обязательным условиям относятся попеременное нагревание и охлаждение тела.

По воздействию на человека баня является мощным стрессором. В ответной реакции организма должен мобилизовать все системы на сохранение гомеостаза.

Прежде всего, механизм действия бани связан с терморегуляцией, как ответом организма на стрессор. При этом наиболее выраженным фактором является гипертерmia кожи и всего тела. Вместе с охлаждением она активизирует центры вегетативной нервной системы, ее симпатический и парасимпатический отделы. При гипертермии изменяется гормональный обмен, усиливается стимулирующая функция системы гипоталамус – гипофиз-кора надпочечников.

Кроме того, происходит включение адаптационных механизмов: расширение (сужение) сосудов, изменение дыхания, повышение (снижение) потоотделения.

Значение бани для восстановления функций организма заключается:

- в увеличении трофической функции крови при возрастании кровотока;
- в детоксикационном воздействии бани, ускорении метаболических процессов;
- в возрастании скорости растяжения мышц, повышении их эластичности;
- в седативном действии на центральную нервную систему;
- в эйфорическом влиянии на эмоциональную область психики,
- в тренирующем эффекте адаптационных процессов.

В настоящее время, когда возрастает интерес к бане как древнему способу оздоровления, отдыха, а через это и повышение работоспособности, большую роль должна играть пропаганда банных традиций. Одновременно необходимо широкое распространение механизма воздействия бани на человека. Это позволит избежать многих неприятностей, связанных с неправильным поведением в парных, с непониманием процессов, происходящих в организме под воздействием банных жара.

В организациях, таких пропаганда многое делает популярная литература, но она не заинтересована у прилавков. Интерес к бани мог бы вызвать к жизни существование клубов, любительских обществ по примеру соседней Финляндии. Собирание, хранение и пропаганда банных традиций, банного фольклора могли бы стать задачами музея Русской бани.

Павлов Дмитрий Юрьевич, учебный центр курортов профсоюзов «Лахта», (Санкт-Петербург).

#### **Применение паравертебральной электронпунктурной диагностики (ПЭПД) при лечении заболеваний позвоночника.**

Болезни позвоночника очень широко распространены среди всех народов, причем, люди страдали ими во все времена 60-80% населения, начиная уже с подростков, страдающие с острыми болями в спине. Кроме того, больной позвоночник часто провоцирует боли в голове, в области желудка, почек или сердца. Известны случаи, когда люди годами лечили болезни разных органов, а причиной был больной позвоночник. Многие больные, пройдя интенсивный курс лечения в клиниках, полностью не выздоравливают. Еще недавно большие надежды возлагались национальным обществом на медицинские кооперативы, предложившие за последние десятилетия новые методы лечения заболеваний позвоночника, например, мануальную терапию, остеопатию и другие. Тем не менее, эта проблема сегодня

еще не решена. Причем, при постановке диагноза часто ограничиваются лишь опросом и осмотром пациента и не всегда проводят рентгенологическое обследование, а успех лечения зависит от точно поставленного диагноза. Следовательно, одна из важнейших задач – совершенствование методов диагностики и лечения данных заболеваний.

Одни из первостепенных методов диагностики заболеваний позвоночника – измерение электрокожного сопротивления в точках иглоукалывания, расположенных в паравertebralных зонах. Электропунктурное исследование позвоночника дает новые возможности для диагностики и лечения болей в спине. Следует отметить, что часто по данным рентгенологического обследования позвоночник не имеет серьезных патологических отклонений, таких, чтобы объяснить существующие симптомы. Обычно в таких случаях ПЭПД помогает найти «больные» точки иглоукалывания. При последующем воздействии на обнаруженные точки быстро наступает исчезновение заболевания. Так, при лечении остеохондроза обычно делают 12-15 сеансов массажа, а если использовать для нахождения очага болезни измерение электропроводности в паравertebralных точках и затем воздействовать на точки с повышенной электропроводностью, например, седативными приемами точечного массажа, то на полное исчезновение остеохондроза требуется от 4 до 6 сеансов массажа. Выявленные электропунктурным методом возбужденные точки часто не совпадают с болезненными точками, обнаруживаемыми при пальпировании позвоночника. В случаях различия местонахождения болезненных точек и точек с высокой электропроводностью исчезновение наступало в два – три раза быстрее при локализованном воздействии на последние. На участке позвоночника, где точки иглоукалывания имели повышенную электропроводность, оказывалось воздействие возбуждающим методом рефлексорного массажа.

Примененный метод является хорошим контролем за результатами лечения. Если по окончании курса электропунктурной проводимости на аккупунктурных точках паравertebralной зоны выравнивается, тогда результат лечения будет стойким на протяжении нескольких месяцев. Если же после проведенного курса все еще имеются точки с повышенной электропроводностью, то лечение следует повторить или лучше применять другой метод. Так мы использовали, например, метод статической гимнастики.

Метод ПЭПД абсолютно безвредный, так как используются очень слабые микротоки (на много слабее, чем ток от батареек карманных фонариков) и время воздействия не превышает нескольких секунд. Метод применяется при обследовании детей и взрослых. При исследовании используется ток силой 50 мА с частотой от 1 до 100 Гц, модулированный специальными импульсами. Разработаны варианты диагностики при радикулите, остеохондрозе и сколиозе. О диагностике при сколиозе мы писали ранее. Всего методом ПЭПД нами исследовано более 200 больных остеохондрозом и радикулитом и 48 детей со сколиотической болезнью II–IV степени.

Интересно, что с давних пор опытные специалисты по иглоукалыванию и точечному массажу находят эти же «больные» точки интуитивно. Предложенный метод ПЭПД позволяет применять эту «интуитивную» методику сверхчувствительных людей практически любому специально обученному врачу, а также массажистам – для выбора точек воздействия и специалистам по лечебной физкультуре – для контроля лечения. Таким образом, удачно сочетаются древние и современные методики (Китайский точечный массаж, статическая гимнастика и электропунктурная диагностика).

Поскольку во всех курортах многие отдыхающие страдают от болей в спине, представляется целесообразным включение данной методики в арсенал медицинских услуг курортов и санаториев всех профилей.

Сорокин О.Г., к.м.н.

Ступаков Г.В., академик РАМН, профессор, д.м.н.

Щербичина Нина Владимировна, член-корреспондент МАИ, к.м.н.

#### *Использование метода качественной оценки адаптационного состояния организма в практике санаторно-курортного лечения.*

*Метод качественной оценки адаптационного состояния организма (интегральной оценки состояния)* разработан на основе исследований, проведенных в течение 18 лет в Институте авиационной и космической медицины. Результаты исследования позволили установить некоторые общебиологические закономерности адаптационных процессов и определить их связь с изменениями 114 показателей, включающих оценку функции центральной нервной, эндокринной, иммунной и других систем. Использование метода количественной оценки адаптационного состояния организма помогло выявить особенности изменения состояния организма в различных возрастных группах, при различных заболеваниях, в разных условиях жизнедеятельности человека. Проведенные исследования показали высокую эффективность и достаточно широкую возможность использования разработанного метода для диагностики, профилактики и лечения различных заболеваний. Метод количественной оценки адаптационного состояния организма успешно применяется в течение 8 лет в центре восстановительной медицины.

Оценка адаптационного состояния организма может проводиться по гематологическим показателям и непосредственно по электрофизиологическим показателям.

#### *Метод количественной оценки адаптационного состояния организма в практике санаторно-курортного лечения* позволяет:

- а) быстро и объективно оценить состояние пациента при поступлении в лечебно-оздоровительное учреждение;
- б) выявлять преболезненное состояние, начальный бессимптомный период заболевания;
- в) оценивать возможность проведения необходимых лечебно-реабилитационных мероприятий;
- г) определять необходимые индивидуальные дозовые нагрузки лечебно-оздоровительных процедур;
- д) оценивать динамику изменения состояния пациента в процессе проведения лечебно-оздоровительных мероприятий;
- е) вовремя определять возможность передозировки лечебных и оздоровительных процедур;
- ж) оценивать полуто восстановления организма после санаторно-курортного лечения;
- з) разрабатывать индивидуальные высокоеффективные схемы лечения (при использовании лазеро-магнитотерапии, баротерапии, гидротерапии и других методов терапевтического и оздоровительного воздействия);
- и) оценивать значимость различных факторов внешней среды на здоровье пациента;
- к) разрабатывать профилактические мероприятия с учетом индивидуальных особенностей изменения адаптационного состояния организма.

### **Влияние валентности ионов металлов на степень их адсорбции новым неорганическим коагулянтом на основе соединений титана.**

Загрязнение источников питьевой воды тяжелыми металлами, отрицательно воздействующими на здоровье населения региона, связано с неконтролируемымбросом промышленных стоков и проникновением их в подземные воды. Эта проблема особенно остра для Курортного района Санкт-Петербурга, где основным источником водоснабжения является озеро Сестрорецкий разлив или подземные воды г. Зеленогорска.

Одним из новых методов очистки таких природных вод является обработка их высокоеффективным коагулянтом на основе соединений титана вместо традиционно применяемых алюминиевых коагулянтов.

Высокая степень очистки природных вод от тяжелых и токсичных металлов с помощью титанового коагуланта обуславливается высокой сорбционной способностью образующихся в процессе гидролиза гидроксидов титана, имеющих на своей поверхности алсорбционные центры с различной степенью активности.

Основываясь на термодинамической теории формирования (адсорбции) новой твердой фазы Гиббса-Фольмерса было проведено сопоставление теоретических расчетов с экспериментальными данными адсорбции ионов металлов различной валентности.

Установлено, что эффективность сорбции определяется радиусом иона и его зарядом во второй степени. Так, с увеличением радиуса трехвалентных ионов степень алсорбции, как показали исследования, возрастает незначительно в пределах 10%. С повышением же заряда ионов металлов с 1 (для ионов первой группы таблицы Д.И. Менделеева) до 6 (для шестой группы) эффективность адсорбции ионов возрастает с 5 до 50%.

Этот процесс особенно четко наблюдается при очистке подземных вод с низким содержанием металлических органических примесей. Так, при увеличении заряда ионов железа с 2 до 3 степень алсорбции возрастает с 20 до 80%. При окислении ионов мышьяка с 3 до 5 – валентности степень алсорбции возрастает с 50 до 95%.

Полученные данные открывают возможность для эффективной и глубокой очистки природных вод от тяжелых металлов с применением титанового коагулянта. При этом уровень остаточного содержания титана в очищенной воде составляет всего 5-10% от норм ПДК.

Применение титанового коагуланта для очистки природных вод до уровня европейских стандартов является перспективным особенно для курортных районов.

Яковлева Майя Петровна, учебный центр курортов профсоюзов «Лахта», (Санкт-Петербург).

### **Обзор по автоматизированным системам управления гостиничными предприятиями в санаторно-курортных комплексах.**

В настоящее время наблюдается бурное развитие информационных технологий и программных средств в разных отраслях деятельности, в том числе и в сфере гостиничного и

туристского бизнеса. Современные информационные технологии позволяют автоматизировать работу различных типов гостиничных предприятий, учитывая специфику обслуживания в них.

Вопросы комплексной автоматизации процессов бронирования, размещения гостей, контроля состояния номерного фонда, хозяйственной деятельности, повышения качества обслуживания, организации питания, расчета с гостями, бухгалтерского учета становятся все более актуальными для российских гостиничных предприятий. Трудно представить современное гостиничное предприятие с четко организованной структурой обслуживания без автоматизированных систем управления. Необходимо отметить, что на российском рынке наибольшее распространение получили автоматизированные системы управления в т.х гостиничных предприятиях, которые вошли в те или иные западные гостиничные сети или управляемы зарубежными специалистами. Однако далеко не все компьютерные системы могут успешно применяться в России. Многие из них недостаточно адаптированы к условиям российского рынка, имеют высокую цену и, что особенно плохо, часто слабую техническую поддержку.

К наиболее распространенным и получившим признание в мире, а также имеющим представительства в России следует отнести такие системы комплексной автоматизации гостиничного бизнеса как Lodging Touch и Fidelio.

Система Lodging Touch является, на сегодняшний день, одним из наиболее современных программных средств комплексной автоматизации гостиничных предприятий. Функционирует в операционной среде Windows NT и использует СУБД MS SQL Server, программный пакет отличается интегрированной структурой и открытостью для связи с периферийными системами. Lodging Touch локализована в соответствии с требованиями российского законодательства и работает на многих языках, включая русский.

Система охватывает многие направления деятельности гостиничных предприятий. Это и административное, маркетинговое, производственно-хозяйственное, финансово-экономическое.

Среди взаимосвязанных модулей системы ключевыми являются: портфель, продаж и маркетинг, управление тарифами, банкеты и конференции, обслуживание групп, история гостей, работа с организациями-лабораториями, турагентами и туроператорами. Отдельный модуль централизованного управления гостиничных сетей реализует задачи бронирования номеров из центрального офиса в любую из гостиниц сети, построение общей базы данных клиентов гостиниц и вести единую тарифную и маркетинговую политику.

Для взаимодействия отдельной гостиницы или гостиничной сети с другими внешними системами бронирования Lodging Touch предлагает соответствующий интерфейс. Такой интерфейс позволяет гостинице в реальном режиме времени принимать заявки и высылать подтверждение брони. С помощью этого же интерфейса гостиница может обновлять содержащуюся в системах бронирования информацию по номерному фонду, тарифам и условиям бронирования.

Одна из популярных в мире систем автоматизации гостиничного бизнеса - Fidelio Front Office (FO). На территории России с ней работают как независимые отели с западным менеджментом, так и объекты размещения, входящие в известные гостиничные сети. Их число составляет сегодня около 70 отелей.

По последнему времени устанавливается версия системы, работающая в операционной среде DOS, однако уже имеется разработанная система Fidelio FO под Windows.

Fidelio FO поддерживает все этапы работы гостиницы и состоит из пяти основных функциональных модулей: бронирование номеров, регистрация гостей, реализация и управление номерным фондом, модуль работы с гостями, статистика. Система отличается удобством в работе, а также продуманностью функциональных блоков программы. Модуль отчетов ведет подготовку почти 300 видов различных отчетов, форм, статистических материалов, ночной аудит. При бронировании система поддерживает бронирование не

только основных, но и дополнительных услуг, например, модуля досуга, с помощью которого гость может предварительно заказать с почтовой разбивкой ежедневную программу своего пребывания в отеле.

Fidelio FO имеет разные интерфейсы со многими системами бронирования различных основных гостиничных цепочек, через которые отели представляются и имеют бронирования из GDS в режиме реального времени или в режиме off-line. При этом учитываются технологические особенности систем бронирования.

Как правило, система Fidelio FO устанавливается совместно с расчетно-кассовым комплексом для ресторанов Micros.

В последние несколько лет на рынке компьютерных систем автоматизации для отелей появился разные разработки отечественных компаний, которые учитывают специфику отечественных методов управления объектами размещения. Гостиничная АСУ «Эдельвейс» - это многофункциональная система автоматизации служб бронирования и размещения, коммерческого отдела и бухгалтерии. Созданную по модульному принципу АСУ «Эдельвейс» можно настроить на выполнение различных задач автоматизации работы так называемых Front Office и Back Office отеля (службы работы с гостями и бухгалтерии).

Отельные модули обеспечивают возможность приема и обработки данных от контрольно-кассовых машин, устройств для трансляции пыльных телевизионных программ, АСУ ресторана, поддерживают системы контроля доступа (электронные замки с магнитными картами) и др. Система Эдельвейс предусматривает широкие возможности управления счетами гостей: ведение нескольких счетов для одного гостя, быстрое и удобное завершение проволок на счета, автоматическое занесение платы за проживание и другие услуги, визуальный контроль сальдо счетов, просмотр счетов перед печатью.

Система позволяет вести дебиторскую, в том числе специальные счета для кредитных карт и предусматривает различные формы оплаты услуг от наличных и чека до кредитных карт.

Дополнительные сервисные модули системы обеспечивают удобную работу с системой и генерации отчетов и предоставляемую необходимую статистику для управления гостиницей, осуществляют архивацию всех действий и проводок, а также управление работой горничных.

Бронирование номеров осуществляется с использованием графического плана бронирования. Визуальный план номеров гостиницы позволяет делать все операции с бронированием максимально быстро и удобно. Система позволяет применять 2 способа бронирования:

- на плане комнат с выделением конкретного номера или категории комнаты без выделения конкретного номера;
- обеспечивает масштабирование плана бронирований и отображение только заданных типов комнат и поддерживает индивидуальные, групповые и семейные бронирования (Отель).

Системы «Эдельвейс», «Отель» («Интеротель» г. Москва ), «Hotel-2000» («Интуросфера» г. Москва ), «Русский отель» («ИСТ Консорт» г. Санкт-Петербург) предназначены для работы в гостиницах. Однако потребность в автоматизированных системах ощущают сейчас и в санаторно-курортных комплексах. Такие программы кроме блоков характерных для гостиничных предприятий должны включать и специализированные модули. Примером одной из немногих таких программ является многофункциональный сетевой комплекс «Санаторий». Комплекс или его отдельные модули на сегодняшний день используют здравницы, пансионаты и дома отдыха Алтая, Урала, Сибири, Дальнего Востока, Черноморского побережья, Управления курортами.

Суть комплекса в том, чтобы руководители обладали полным контролем над работой всех своих служб и имели полную информацию о финансовом положении объекта размещения.

Комплекс позволяет вести учет на основе первичных документов, осуществлять связь между различными подразделениями, при этом каждое подразделение функционирует в качестве независимой структурной единицы.

Задачи, на решение которых ориентирован комплекс «Санаторий» условно выделены в три функциональных блока:

- блок оперативного управления;
- блок административного управления,
- блок бухгалтерского учета.

Блок оперативного управления включает в себя реализацию путевок и услуг, регистратуру, медицинскую статистику и калькуляцию. В нем хранится информация о состоянии продовольственного склада, меню-раскладки для санаторной столовой.

При этом модуль реализации обеспечивает ведение договоров с организациями, ввод и печать всех первичных документов: фондовых ордеров, актов на персону, возврат путевок, доплаты за путевки и т.п., формирование всевозможных отчетов, автоматическое формирование проводок. Введенны данные о путевках передаются в разделы «Регистратура» и «Мед. статистика», а суммы по бухгалтерским проводкам - в систему «Бухучет».

Модуль «Регистратура» позволяет вести информацию о прибывающих в санаторий по путевкам, курсовкам, командировочным и т.д. Осуществлять размещение по заданному критерию (категория номера, корпус, этаж, сторона, пол уже проживающего в номере и т.д.), при этом можно заглянуть в карточку потенциального соседа по комнате, на оставшийся период, деление путевок, бронирование мест, ввод информации и получение реестров по платным услугам, получение различной справочной информации и отчетных форм. Введенная информация передается в разделы «Реализации путевок» и «Мед. статистика».

«Мед. статистика» предусматривает ввод информации по пролеченным больным: результаты анализов, процедуры, консультации специалистов, и получение разнообразных отчетных форм, архивных документов.

Блок административного управления формирует графики заездов, определяет производственные программы санатория, обеспечивает тарификацию расчет ФЗП и дополнительного фонда ЗП, осуществляет учет и управление кадрами.

Блок бухгалтерского учета содержит следующие основные подсистемы: зарплата, основные средства, материалы и касса, банк, расчеты, главная книга, баланс.

Каждый блок или модуль может работать как автономно, так и в комплексе с другими, при этом передача информации между различными частями может осуществляться с помощью локальной сети или диска, в случае отсутствия сетевой связи. Программный комплекс разрабатывается в системе управления базами данных FoxPro v.2.5 под MS DOS.

Шербина Нина Владимировна, к.м.н., член-корреспондент МАИ.  
Соломка А.В., к.м.н.

#### Этапы профилактики и лечения заболеваний позвоночника.

В последние времена на первые места в структуре заболеваемости стали выходить заболевания опорно-двигательного аппарата. В большей степени это связано с увеличением гиподинамики, заболеваний позвоночника в разных возрастных группах.

В связи с этим возникла острая необходимость не только диагностики и лечения, но и

профилактики данных заболеваний.

Поэтому была разработана и с успехом применяется на базе научно-методического центра кафедры валеологии Государственного института новых форм обучения (Москва) система устранения данных нарушений.

Система включает 4 этапа:

1. Диагностический
2. Восстановительный.
3. Этап закрепления успехов.
4. Этап оценки эффективности восстановительных мероприятий.

На первом этапе определяется уровень резервов функционального состояния позвоночно-двигательных сегментов. При помощи аппарата программного комплекса "AMCAT" определяется вейброметрический статус организма и его составные части: лерногом, интогом, нейром, склеротом. По изменению цветовой гаммы определяются изменения резервов позвоночно-двигательных сегментов от нормы до их истощения, подвижности позвоночника при помощи специальных тестов, разработанных в Институте анатомии и космической медицины.

На втором восстановительном этапе, для релаксации паравertebralных мышц и увеличения меж позвоночковых пространств, применяется кушетка "КВС". В данной кушетке используется метод автогравитационного вытяжения. Полноту воспроизведения конфигурации позвоночника и под действием веса тела происходит пассивное его вытяжение. Данная кушетка может работать как в автономном режиме, так и в сочетании с другими методами релаксации.

Следующим элементом воздействия является массаж по методу доктора Сайбонджа. Особенность его состоит в реадресации суставов, релаксации паравertebralных мышц и возможности устранения компрессии позвоночника.

Коррекция позвоночно-двигательных сегментов выполняется курсом мануальной терапии. При необходимости используются элементы физиотерапии для тонизации мышц.

На следующем этапе формируется мышечный корсет. Каждому пациенту подбирается, согласно конфигурации позвоночника и развития мышц, комплекс физических упражнений. На данном этапе, кроме классических, используются элементы восточных гимнастик.

Для оценки эффективности мероприятий проводится контрольная диагностика и определяется необходимость других методов воздействия.

Эффективность предлагаемой системы обеспечивается применением предлагаемого комплекса раз в шесть месяцев.

Постоловский Вячеслав Георгиевич, к.м.н., Постоловская Людмила Николаевна, Медицинская Академия последипломного образования, детский санаторий «Солнечное», г. Санкт-Петербург.

#### **Цели и задачи медицинского массажа в комплексной реабилитации детей после острых заболеваний дыхательной системы на санаторном этапе.**

В условиях климатической зоны Северо-Запада России патология дыхательной системы приобретает все более высокий удельный вес в общей структуре заболеваемости среди детского населения. Этому в значительной мере способствует экологическое

неблагополучие внешней среды и несоблюдение системной организации лечебных мероприятий в остром периоде заболеваний органов дыхания.

Санаторный этап реабилитации является необходимым и обязательным в реабилитации детей, перенесших заболеваний данной группы. Известно, что госпитальный этап реабилитации острой пневмонии, рецидивирующих бронхитов и другой, сходной по тяжести патологии дыхания не заканчивается полным морфологическим и функциональным восстановлением. Более того, острый и рецидивирующие заболевания дыхательного аппарата способны вызвать вторичные изменения кардио-респираторной системы и хронизацию процесса в легких на фоне снижения неспецифической резистентности организма. Это сопровождается ретардацией уровня и дисгармоничностью физического развития детей и подростков.

Одним из ведущих средств реабилитации при патологии дыхания на санаторном этапе давно и обоснованно признана кинесиотерапия (лечебная физкультура). Массаж является одним из средств этого метода лечения, действие которого базируется на трех механизмах со действиями: рефлекторном, гуморальным, механистическом.

Целями массажа как метода терапии являются:

1. Противодействие снижению толерантности организма и физической нагрузке вследствие ограничения функциональных резервов дыхательной системы
2. Профилактика хронизации воспалительного процесса в легких и бронхах.

Увеличивая число функционально активных капилляров и скорость кровотока в коже и, особенно, в мышцах туловища, плечевого пояса и передней брюшной стенки тонизирующие приемы массажа обеспечивают рефлекторное перераспределение тока крови в указанные анатомические образования. Это улучшает энергетическое обеспечение сокращения дыхательной мускулатуры, ее амплитуду и активизирует пластические процессы в миофibrилах. Следствием этого является повышение сократительной способности указанных мышц, рост глубины дыхания и альвеолярной вентиляции, ликвидация гиповентилируемых зон легких и рефлекторное увеличение перфузии в их сосудах. В результате, с одной стороны, нормализуются альвеоларно-кашильные соотношения, с другой — увеличенная перфузия сосудов легких прецессует активному склерозированию альвеоларно-кашильной мембрани. Таким образом, увеличивается эффективность противодействия снижению проницаемости альвеоларно-кашильной мембрани для газов.

Увеличенный тонизирующий приемами массажа легочный кровоток способствует росту фагоцитарной массы и локальному подавлению воспалительного процесса.

Релаксационные приемы массажа снижают и ликвидируют реактивный гипертонус истины и вспомогательной дыхательной мускулатуры. Это увеличивает амплитуду упругости дыхательных мышц между фазами вдоха и выдоха, что обеспечивает устойчивый рост глубины дыхания и периода релаксации этих мышц в фазе выдоха. Последнее является важнейшим фактором повышения трофики и как следствие, сократительной способности дыхательных мышц, обеспечивающей более экономичный режим дыхания.

Ударные приемы массажа в случае методически верной предпропедурной подготовки (прием муколитических и отхаркивающих препаратов, обильное питье для разжижения мокроты) обеспечивают повышение эвакуаторной функции бронхиальной системы. Это освобождает бронхи от продуктов кляетного распада и патогенной флоры, ликвидируя условия поддержания воспалительного процесса в бронхиальной стенке и парабронхиальных тканях.

Эффективность ударных приемов обеспечивается лишь в случае индивидуально точно дренажного положения пациента в ходе процедуры массажа при учете локализации поражения легких и бронхов.

Таким образом, задачи массажа при реабилитации пациентов после острых заболеваний органов дыхания указанной группы можно сформулировать так:

- Активизация и восстановление альвеолярной вентиляции:
  - релаксация истинной и вспомогательной дыхательной мускулатуры;
  - увеличение сократительной способности дыхательной мускулатуры;
  - ликвидация участков гиповентиляции легких;
  - повышение эффективности режима дыхания, увеличение глубины и урежение частоты дыхательных движений.
- Увеличение перфузии сосудов легких:
  - противодействие склерозированию легочной паренхимы и снижение проницаемости альвеоларно-капиллярной мембранны;
  - оптимизация альвеоларно-капиллярных соотношений и диффузии газов в легких;
  - активация фагоцитарного подавления воспалительного процесса в легких бронхах.
- Активизация звукогенераторной функции бронхиальной системы:
  - противодействие протоколитическому расплыванию бронхиальной стенки.

Таким образом, массаж объективно является высоко патогенетическим средством кинезотерапии в ликвидации последствий острых воспалительных заболеваний органов дыхания на санаторном этапе реабилитации, а эффективность его обусловлена методическим качеством подбора, проведения приемов, дренажной укладки и пред процедурной подготовки пациента.

**Федотов Сергей Владимирович, директор учебного центра курортов профсоюзов «Лахта», Санкт-Петербург.**

#### **Вопросы повышения квалификации кадров для санаторно-курортных комплексов.**

В настоящее время проблема повышения квалификации кадров для санаторно-курортных учреждений стоит достаточно остро и связана с рядом причин.

Существуют объективные причины, заставляющие гостиницы, санатории, пансионаты и другие средства размещения существенно повысить качество и спектр предоставляемых услуг. Действительно, многие из отдающих имеют возможность сравнивать качество обслуживания в местах отдыха и реабилитационного или профилактического лечения в России с зарубежным. Далеко не всегда выбор падает на отечественные курорты. Однако на туристском рынке России наблюдается благоприятная для нас тенденция к росту внутреннего туризма, что, несомненно, связано с августовским кризисом прошлого года. Летний сезон 1999 года подтвердил эту тенденцию. Многие из санаторно-курортных комплексов в этот сезон имели 100% загрузку номерного фонда. Задача будущего сезона заключается в том, чтобы окончательно завоевать потребителя, дать ему гарантии хорошего отдыха на отечественных курортах. А это возможно, если уровень обслуживания в них будет сравним с зарубежным. Это включает, прежде всего, улучшение материальной базы, техническое оснащение гостиниц и санаториев, расширение сервисных услуг, улучшение технологии культуры обслуживания. И если техническое оснащение многих санаторно-курортных комплексов на сегодня достаточно хорошо, то спектр предоставляемых услуг, качество обслуживания находится на низком уровне. Соответственно встает вопрос обучения персонала.

Кроме того, санаторно-курортные учреждения обязаны в настоящее время получать

сертификаты на отдельные виды услуг, а, соответственно, специалисты должны иметь определенный уровень подготовки или пройти обучение по соответствующей специальности.

Организация обучения для специалистов санаторно-курортных связана с рядом проблем.

Это вопросы, связанные с определением сроков обучения, разработкой и внедрением новых форм обучения. Опыт показывает, что заездицы не всегда имеют возможность отпустить своих специалистов на длительный период для прохождения обучения с отрывом от производства. Стоимость обучения в случае его проведения в учебных центрах не всегда приемлема для здравниц. Встает вопрос о подготовке программ и проведении занятий на базе предприятий – заказчиков, о т. н. выездной форме обучения. Такая форма опробована и реализуется в Санкт-Петербургском учебном центре курортов «Лахта». Она имеет несколько положительных аспектов. Во-первых, существенно уменьшаются экономические затраты на проведение обучения для здравниц. Во-вторых, обучение проводится с учетом специфики работы конкретного предприятия, и преподаватели могут дать целевые рекомендации по улучшению организации работы. В третьих, обучение может быть организовано только при частичном отрыве обучающихся от основной деятельности.

Однако имеются и недостатки выездной формы обучения. Преподавателям приходится корректировать свои программы в плане проведения практических занятий с учетом производственных возможностей заказчика. Не всегда удается познакомить учащихся с опытом ведущих гостиниц или санаториев, т. к. нередко здравницы находятся в отдаленных регионах. Поэтому, наряду с выездными курсами обучения имеет смысл проводить кратковременные семинары, преимущественно в крупных центрах России, где есть предприятия высокого уровня обслуживания. На подобные семинары должны привлекаться ведущие специалисты по рассматриваемым вопросам. Несомненно, таким центром является Санкт-Петербург. Учебный центр курортов «Лахта» имеет опыт в проведении подобных семинаров. При подготовке к проведению таких семинаров для слушателей должен быть подготовлен пакет методических материалов для последующей проработки. Положительным результатом таких семинаров является не только обучение, но и обмен опытом между коллегами.

Сложности учебно-методического построения курсов во многом связаны с вопросами нормативной базы. Необходимо корректировка перечня учебных специальностей и образовательных стандартов для работников гостиничного хозяйства и санаторно-курортных комплексов на основании новых нормативных документов и с учетом современных требований к уровню обслуживания, используя опыт зарубежных стран. На настоящий период многие нормативные документы чрезвычайно устарели.

Не существует ГОСТов по классификации услуг для здравниц. Правда, с января 1999 года введен ГОСТ на «Средства размещения», где санатории, пансионаты и дома отдыха относятся к специализированным средствам размещения, т. е. входят в группу средств размещения, отличную от гостиничной. Поэтому встает вопрос в какой степени можно или нельзя вообще распространять требования, предъявляемые в ГОСТ Р 50 645-94 на указанные выше санаторно-курортные предприятия при определении категории предприятия. Такое состояние нормативной базы существенно усложняет создание учебных программ и разработку методических пособий.

К решению этих вопросов возможно подключение Учебных центров, имеющих большой опыт работы в этом направлении. В частности, специалисты Учебного центра курортов «Лахта» готовы принять участие в разработке предложений по образовательным стандартам для работников гостиничного хозяйства и санаторно-курортных комплексов.

**Круглый стол**  
**«Инвестиционная политика в сфере туризма».**  
7 октября 1999 года 10:00 – 13:00  
Конференц-зал Шуваловский дворец

Хиндинайн Елена Васильевна, заместитель начальника Управления развития объектов размещения и услуг Комитета по внешним связям Администрации Санкт-Петербурга.

**Краткая характеристика сектора объектов размещения Санкт-Петербурга.**

В 1998 г. Северо-Западный регион РФ и Санкт-Петербург посетило 2 733 204 гостей из 171 страны мира. В 1998 году, по сравнению с 1997 годом, общее число приезжих увеличилось на 6,8%. Начиная с 1994 года наблюдается стабильное увеличение общего числа приезжающих в Северо-Западный регион и Санкт-Петербург: до +132,6% в 1998 году.

На фоне незначительного снижения потока лиц, прибывающих с деловыми целями, по сравнению с 1997 г. на 26,8% увеличилось общее число лиц, посещавших С-З регион и Санкт-Петербург с туристскими и частными целями.

**Гостиничный сектор Санкт-Петербурга**

В настоящее время гостиничный комплекс Санкт-Петербурга включает в себя 103 гостиницы на 26 тыс. мест. Из них три гостиницы относятся к Первому классу ("Астория", "Гранд Отель Европа", "Невский Палас") с общим количеством номеров 1022 на 2018 мест. За последние годы на гостиничном рынке Санкт-Петербурга пришли также авторитетные международные гостиничные компании как Kempinski, Sheraton, Rocco Forte Hotelis Nya Hotelz i rupl, которые управляют гостиницами Первого класса "Гранд Отель Европа", "Невский Палас Отель", "Астория".

Деятельность отелей, входящих в международные гостиничные сети, стала наиболее успешной. Их среднедневовая загрузка составила 60,1%, что приближается к максимальным показателям первоклассных отелей европейских городов (59,5% - 70%). Международные управляющие компании участвуют в подготовке специалистов гостиничного хозяйства, а также активно поддерживают городские программы, связанные с развитием туризма, культуры, образования.

В 1998 общая сумма выплат предпринят гостиничного сектора в бюджеты всех уровней и во внебюджетные фонды составила 267013,7 тыс. рублей, что на 65,9% превышает сумму выплат 1997 года.

Проведена обязательная и добровольная сертификация 46 гостиничных предприятий, создан Городской координационный совет по сертификации, на ежегодных заседаниях которого совместно с Центром испытаний и сертификации "Тест – Санкт-Петербург" рассматриваются предложения по совершенствованию нормативной базы в области сертификации услуг.

В целях продвижения Санкт-Петербурга как туристского, конгрессного центра осуществляется участие в международных организациях, информационное обеспечение в международных и локальных сетях Интернет, официальных международных туристских и конгрессных изданиях, подготовка и выпуск специальных каталогов, посыпанных масштабным городским программам ("Санкт-Петербургские зимние сезоны", "Highlights"), а также их распространение среди авторитетных международных ассоциаций, на крупнейших международных мероприятиях.

**Расширение сети объектов размещения Санкт-Петербурга**

1. Проведенные маркетинговые исследования показывают, что трех пятизвездочных гостиниц недостаточно для Санкт-Петербурга. Поэтому городом подготовлены проекты строительства отелей пять звезд, где управляющими компаниями выступят такие международные компании как Radisson SAS и Hilton International.

Приход международных гостиничных компаний на рынок Санкт-Петербурга дает новую возможность развития гостиничной инфраструктуры, а также возможность для привлечения города на международном рынке.

В рамках программы развития рынка отелей первого класса подготовлены к реализации проекты создания отелей класса \*\*\*\*\* по адресам:

- Невский пр. 49. В апреле 1999 года начата реконструкция здания под отель Рэлисон САС Ройаль Отель Санкт-Петербург на 164 номера. Управляющей компанией выступит компания Рэлисон САС, которая является одним из инвесторов проекта.
- пл Островского 2-а (275 номеров).
- наб. реки Фонтанки, д.68 (284 номера). Управляющей компанией выступит международная гостиничная компания Hilton International

2. Исследования также показывают, что в ближайшей перспективе доминирующей категорией на гостиничном рынке Санкт-Петербурга станут гостиницы среднего класса. Уже сейчас в период туристического сезона спрос на гостиничные места в отелях этой категории значительно превышает предложение, и поэтому разрабатываются проекты развития и реконструкции действующих гостиниц среднего класса, а также проекты строительства новых гостиниц среднего класса.

Программа развития инфраструктуры относительно недорогих и комфортных мест размещения предусматривает строительство отелей среднего класса, создание малых гостиниц, создание семейных отелей. Реализация этой программы позволит привлечьение в Санкт-Петербург туристов со средним уровнем доходов, развитие молодежного туризма, увеличение количества рабочих мест в сфере малого бизнеса и более эффективное использование недвижимости, находящейся в собственности города.

Развитие отелей \*\*\* - подготовлены предложения для инвесторов по проектам реконструкции ряда зданий, расположенных в центральной части города, под отели уровня \*\*\*.

- набережной Мойки, д. 22 (220 номеров). Управляющей компанией выступит международная гостиничная компания ACCOR.
- Ковенский пер., д. 5 (155 номеров) Управляющей компанией выступит международная гостиничная компания ACCOR.

• Невский пр. д. 167 (286 номеров).  
3. Развитие сети малых (семейных) гостиниц уровня \*\*\* - подготовлен перечень зданий, подлежащих для реконструкции под малые гостиницы:

- Миллионная ул., 22-24 (50 номеров).
- Санкт-Петербургский центр международного сотрудничества, наб. Фонтанки 23 (70 номеров).

• Петропавловская крепость, 15 (жилой дом) (50 номеров).

- международный центр "Дом Японии", Большая Конюшенная ул., 7 (наб.р Мойки 16-18) (100 номеров).

4. Реконструкция существующих гостиниц и доведение их до уровня международных стандартов.

Подготовлен проект Концепции по управлению гостиницами с долей собственности Санкт-Петербурга, направленной на решение главных задач, связанных со стабильным улучшением результатов финансово-хозяйственной деятельности гостиничных предприятий, увеличением налоговых поступлений в бюджет города.

На первом этапе предполагается повышение уровня управления отелями города с использованием международного опыта ведения гостиничного бизнеса и привлечением зарубежных компаний к участию в развитии гостиничных проектов на условиях договоров управления, франчайзинга, включении в международную систему бронирования и резервирования, и, как следствие, улучшение существующих стандартов и обеспечение стабильной работы предприятий.

Предназначены городу пакеты акций в предприятиях, добившихся повышения стандартов стабильной работы, в дальнейшем передаются на конкурсной основе в доверительное управление, либо продаются по более выгодной для города цене.

В городе делается все для создания благоприятного инвестиционного климата. Выпущен ряд законов: "Об инвестициях в недвижимость Санкт-Петербурга"; "О государственной поддержке инвестиционной деятельности на территории "Санкт-Петербурга"; "О внесении дополнений в закон Санкт-Петербурга "О налоговых льготах", стимулирующих деятельность инвесторов. Разработан порядок, в соответствии с которым потенциальный инвестор может подать заявку на реализацию инвестиционного предложения. Существует база данных по конкретным инвестиционным предложениям, созданная Комитетом по строительству. Инвестор может либо подать заявку на реализацию инвестиционного проекта, заявленного в адресной программе проектов, разработанной и опубликованной Комитетом по строительству, либо представить собственное инвестиционное предложение.

**Порядок представления и рассмотрения инвестиционного предложения потенциального инвестора на строительство или реконструкцию**

1. Представление потенциальным инвестором инвестиционного предложения на рассмотрение и регистрацию Секретариатом Инвестиционно-технической комиссии.
2. Рассмотрение каждого инвестиционного предложения потенциального инвестора в течение 10-15 дней Управлением инвестиций (Комитет по строительству); в случае одобрения - принятие решения о подготовке необходимой документации для рассмотрения инвестиционного предложения на ИТК.
3. Подготовка документации для рассмотрения на ИТК инвестиционного предложения (при наличии градостроительной и / или землеустроительной документации) Управлением инвестиций в течение 60 дней со дня принятия решения о подготовке необходимой документации. В случае отсутствия градостроительной и / или землеустроительной документации - продление срока (но более 3 месяцев) и issuance уведомление потенциальному инвестору о продлении срока.
4. Обеспечение рассмотрения на ИТК вопроса о целевом предоставлении объекта инвестирования либо о выставлении объекта инвестирования на торги в течение 60 дней со дня принятия решения о подготовке документации Управлением инвестиций.
5. ИТК может вынести следующие решения:
  - Утверждение инвестиционных условий, указанных в статье 13 Закона "Об инвестициях в недвижимость Санкт-Петербурга".
  - Целевое представление объекта инвестирования (в соответствии со статьей 6 Закона) или выставление объекта инвестирования на торги.
  - Критерии победителя конкурса
6. Утверждение решения ИТК в течение 2 недель и издание распоряжения Губернатора Санкт-Петербурга об утверждении решения ИТК.
7. Информирование о принятии решения потенциального инвестора (в течение 10 дней со дня издания распоряжения), при решении о выставлении на торги

Организатор торгов передает комплект необходимой документации для проведения торгов (в течение 10 дней со дня издания распоряжения), включая перечень инвестиционных условий, утвержденных ИТК с приложением проекта инвестиционного договора. Исполнитель - Управление инвестиций.

8. Организатор проводит торги.
9. Заключение инвестиционного договора с потенциальным инвестором либо после принятия решения о целевом выделении инвестиционного объекта, либо с победителем торгов в течение 20 дней со дня издания распоряжения губернатора Санкт-Петербурга об утверждении решения ИТК о целевом представлении объекта инвестирования.

*Карнеев Александр Евгеньевич, генеральный директор ООО «ХИТ Интернейшнл».*

### *Инвестиционные проекты туристской отрасли Санкт-Петербурга и Ленинградской области.*

Компания «ХИТ Интернейшнл» является официальным консультантом Комитета экономики Администрации Санкт-Петербурга в сфере инвестиционного проектирования в номинации - представление инвестиционных проектов потенциальными инвесторам.

За время существования фирмы накоплен достаточный опыт работы с проектами, разработан методическое обеспечение по работе с проектами.

За последнее время сформированы базы данных инвестиционных проектов туристской инфраструктуры Санкт-Петербурга, Ленинградской области и формируется по Северо-Западному региону. Подписано соглашение с Министерством по спорту и туризму Правительства РФ о сотрудничестве по формированию банка данных инвестиционных проектов Северо-Западного региона. Также подписано соглашение с Ассоциацией экономического сотрудничества регионов Северо-Запада о плотном сотрудничестве и в этой сфере.

Организуя данный круглый стол, мы пытались связать два крупных мероприятия проходящих в настоящее время: Международную туристскую биржу "INWETEX – CIS Travel Market'99", на которой присутствуют специалисты туристского бизнеса со всего мира, и инвестиционный Форум «Пропрети Эксмо», на котором присутствуют финансовые структуры и потенциальные инвесторы. Смысли виделись, прежде всего, в том, чтобы привлечь внимание последних к возможностям вложений в туристскую индустрию.

На данном круглом столе мы представляем конкретные проекты туристского бизнеса, которые реально подготовлены, проработаны, имеют поддержку государственных структур. Данные проекты были представлены в сборниках инвестиционных проектов туристской инфраструктуры Санкт-Петербурга и Ленинградской области, которые мы выпускали с целью продвижения проектов. Даные материалы широко представлялись администрациями регионов и нашей компанией среди российских и зарубежных инвесторов и заинтересованных лиц и вызвали большой интерес к проектам.

Мы планируем и в дальнейшем осуществлять целенаправленное продвижение проектов по различным направлениям: Выставка инвестиционных проектов в КУИ Администрации Санкт-Петербурга; Выставка туристских проектов в Каннах; на Экономическом Форуме в составе каталогов инвестиционных проектов; в Интернете на сайтах Комитетов Администрации Санкт-Петербурга; в Федеральной информационной

службе «Инвестиционные возможности регионов», которая создана в Москве при Министерстве Экономики России и ФКЦБ. Представительство этой службы будет также открыто в Санкт-Петербурге.

Такие два понятия как Туризм и Инвестиции тяготят друг к другу, и не зря два крупных мероприятия проходят в одни сроки – выставка и форум. Туризм всегда являлся и является одной из самых доходных и рентабельных отраслей в мире, всегда был привлекательен для вложения денег.

Мы будем в дальнейшем организовывать подобные мероприятия с целью организации встреч между представителями государственных и финансовых структур и представителей предприятий – инициаторов проектов и обсуждения возможностей и проблем инвестирования в туристическую отрасль.

о.н. профессор Блохин Ю.И.  
д.т.н. Калинченко В.В.  
к.э.н. Никуфоров В.И.

**Комплекс исследований по теме:  
«Оценка экономической эффективности вариантов инвестиционных проектов в сфере инфраструктуры выездного туризма».**

Комплекс приведенных по теме исследований включает в себя три взаимосвязанных работы:

1. Направленная развитие методологии вклада туристской индустрии в экономику города и региона.
2. Оценка экономической эффективности вариантов инвестиционных проектов в сфере инфраструктуры выездного туризма.
3. Оценка вариантов стратегий управления долями городской собственности в объектах туристско-гостиничного комплекса Санкт-Петербурга в современных условиях.

Общая методика строится на основе использования системного анализа для формулировки проблем, выделения в ней частных подпроблем, установления между ними информационных взаимосвязей и формулировок частных экономико-математических задач. Туризм при этом рассматривается как один из отраслей экономики города; в результате проведенного анализа производится выделение туризма из общей городской экономической системы с сохранением и идентификацией соответствующих связей. В качестве основного критерия экономической эффективности используется суммарная дисконтированная прибыль, полученная городским бюджетом от туристской сферы с учетом государственного воздействия на систему туризма в виде налогов, инвестиций и кредитов. Расчет основного критерия производится путем моделирования соответствующих финансовых потоков с помощью разработанного и реализованного на ПЭВМ комплекса экономико-математических моделей.

Одна из реализаций построенной экономико-математической модели была использована для оценки инвестиционных проектов в секторе гостиниц, который был выделен в отдельную экономическую подсистему. В качестве элементов этой подсистемы были взяты три гостиницы города, а именно: «Пулковская», и «Прибалтийская», «Москва». Для определения приоритетности реализации инвестиционных проектов можно было ограничиться рассмотрением частных критериев – превышение годовых доходов и сроков

окупаемости. При этом гостиницы рассматривались в различных комбинациях и при различных сроках дисконтирования. Целесообразность реализации рассматриваемых инвестиционных проектов оценивалась с использованием общего критерия – зависимости показателя рентабельности от срока эксплуатации после проведенной реконструкции указанных гостиниц. Оценивалась также и целесообразность строительства новой гостиницы среднего класса при инвестициях, осуществляемых городом и частным инвестором. Основным показателем в этом случае является срок окупаемости с учетом дисконтирования. Рассматривался также вариант привлечения средств частного инвестора при условии освобождения его от уплаты налогов.

Разработанная методология позволяет решать широкий спектр задач, в том числе – задачу выбора вариантов стратегии управления долями городской собственности в объектах туристско-гостиничного комплекса Санкт-Петербурга (работа проведена по заказу Комитета по внешним связям). В этой работе решался вопрос об экономической целесообразности создания единой компании по управлению долями городской собственности в активах гостиничных объектов. Приведены количественные экономические оценки, основанные на конкретной ситуации, складывающейся на рынке туристско-гостиничного продукта города, на вариантах инвестиционных проектов в этой сфере и на различных предложениях о размерах привлекаемых частных инвестиций в инфраструктуру туризма (гостиницы «Москва», «Прибалтийская», «Пулковская», «Выборгская», «Октябрьская», «Россия»). В качестве критерия исследования срок окупаемости дают основание утверждать, что при отсутствии частных инвестиций вариант организации компании указанного типа дает выигрыш в 1,5 - 2 раза по сравнению с вариантом отсутствия такой компании. Поскольку цена гостиницы определяется ее доходностью, то для прямой продажи гостиниц необходимо доведение их рентабельности до приемлемого уровня путем реализации в таких гостиницах соответствующих инвестиционных проектов (в том числе – и с участием средств городского бюджета).

Скрыпкин Виктор Константинович, зам. Главы г. Сочи.

**Инвестиционные стратегии и инвестиционный климат Сочи.**

Сочи начал развиваться в конце XIX начале XX вв. Здесь формировалась своеобразная культура градостроительства, присущая только черноморским курортным городам. Большинство общественных и частных построек возводились тогда в модном европейском стиле «модерн». Значительной вехой в истории Сочи стало открытие крупного учреждения санаторного типа под названием «Казанская Ривьера». Четыре комфортабельных гостиницы, театр, ресторан и казино привили своим первым отдыхающим в 1909 г.

Современный город-курорт представляет новые санатории и гостиничные комплексы. Это определяет его место в межрегиональном разделении труда как ведущего рекреационного центра России. Емкость санаторно-курортных и туристических учреждений различных форм собственности в нашем городе составляет 63 тыс. мест, из них круглогодичного действия – 53 тыс. мест.

Основной продукт Сочи – здоровье человека. Высокий уровень медицинского обслуживания в здравницах – это традиция Сочи, его отличительная особенность. Так складывалось десятилетиями, что опытные врачи-курортологи создавали здесь научно-обоснованные лечебные методики, пытались объединить в силы природы, достижения науки.

Весь сам климат нашего города является мощным лечебным фактором, к которому присоединяются морские купания и целительная сила знаменитых сероводородных Манестинских источников, новейшая диагностическая и лечебная аппаратура.

В Сочи более двадцати специализированных медицинских методических центров – в основном, на базе крупных санаторий. «Профильными» заболеваниями на курорте считаются заболевания сердечно-сосудистой и нервной систем, опорно-двигательного аппарата, кожные и гинекологические болезни. Именно при лечении этих недугов свою высокую эффективность доказала Манестинская вода. Поэтому Манестин вполне заслуженно называют «сердцем курорта». Кроме общих ванн, в Сочи широко применяют и все возможные местные процедуры – камерные ванны, орошения, ингаляции.

Для подтверждения престижности курортно-туристского комплекса Сочи администрация города разработана и постановлена Правительством России в апреле 1997 г. утвержденная Федеральная целевая программа «Социально-экономическое развитие городского курорта Сочи на период до 2001 года». Основной идеей новой экономической концепции развития курорта является создание государством и городскими властями условий для обеспечения самофинансирования региона, извлечения максимальной прибыли от качественного сервиса и услуг. Руководством города и Правительством России достигнуто соглашение о максимально широких гарантиях и льготах, предоставляемых государством инвесторам. Определена и новая стратегия развития Сочи как международного курорта. Новая концепция предусматривает поэтапное развитие региона через осуществление целого ряда инвестиционных проектов. Это строительство на побережье более десяти новых комфортабельных гостиничных и туристских комплексов, одновременно с которыми будут строиться и объекты культурно-развлекательного назначения, спортивные комплексы, сеть ресторанов, баров, казино. Предусмотрено строительство сети из 6 прибрежных и 6 горных высоко комфортабельных отелей, объединенных единой системой обслуживания и наполненности. При гостиницах, находящихся на морском берегу, планируется создание 7 основных морских деревень на щельце, которые уже сами по себе являются туристским комплексом, стоянки для маломерных судов от 200 до 1000 мест, отели вместимостью до 200 – 2000 гостей, развлекательная инфраструктура и т.д.

Туристы могут прибывать в наш город воздушным, морским, железнодорожным и автомобильным путями. Аэропорт Сочи является идеальной площадкой для перевозки пассажиров и перевалки грузов из Европы на Ближний восток и в Юго-Восточную Азию минуя Москву. С этой целью производится модернизация аэропорта, который может принимать любые типы самолетов без ограничений. завершение строительства международного аэропорта Сочи с созданием зоны свободной торговли «Сочи-АЭРО», а также пассажирской и грузовой авиакомпаний. В настоящий момент аэрокомплекс «Сочи» – государственное предприятие, его финансовая стоимость – 120 млн. долларов. Общая стоимость аэрокомплекса – 200 млн. долларов. На его базе предполагается совместно с инвестором создать закрытое АО с долей инвестора до 40%. Отдельно должны быть созданы следующие авиакомпании: транспортная, пассажирская, бизнес-класса. Доля инвестора в авиакомпаниях – до 70%.

Зона свободной торговли в свободной таможенной зоне «Сочи-АЭРО» позволяет создать особый упрощенный визовый, таможенный и пограничный режимы на территориях этого аэрокомплекса и прилегающих к нему общегородских территориях. Кроме того, предполагается создание сети консигнационных складов для транзита импортно-экспортных грузов, тарифов на которые в Сочинской зоне и на иные территории России и стран СНГ. Одновременно будет создана локальная свободная экономическая зона «Сочи-АЭРО», что позволит получить налоговые льготы до 80% на срок 7-10 лет при инвестициях эквивалентных сумм в развитие инфраструктуры комплекса. В зоне свободной торговли «Сочи-АЭРО» инвестору предлагается 25% или правовладения компаний, управляющей зоной, привилегии экспорт-импорт, развитие сервисных услуг, организация бортового

питания и т.д. Для завершения строительства аэропорта Сочи Правительство Российской Федерации в сентябре 1998 г. принял соответствующее постановление. Предполагается формирование инфраструктуры и морского туризма на побережье Большого Сочи для решения следующих основных задач:

- Создание района интенсивного яхтинга, привлекательного для туристского контингента широкого спектра, в том числе для наиболее состоятельной части, путешествующей на яхтах, судовладельцев маломерных судов, частерных и брокеражных компаний;

- Возрождение системы каботажного пассажирского транспорта вдоль побережья Большого Сочи;

- Возрождение средиземноморско-черноморских международных туристских круизов. Например, в настоящее время Патриарх Московский и Всех Русей Алексий II поддержал наш предложение по организации круиза для паломников по маршруту Сочи – Хайфа – Иерусалим.

В настоящее время большое внимание уделяется строительству новых и реконструкции действующих автомобильных дорог. Ведется строительство большой обходной дороги вокруг курорта, модернизируется трасса государственного значения Москва – Сочи, реконструируются местные автодороги. На эти цели из федерального бюджета России на 1999 г. выделено около \$50 млн. У иностранного автотуриста появляется возможность прибыть на курорт либо своим ходом, либо воспользоваться морским паромом.

Помимо строительства автомобильной дороги планируется строительство и новой железнодорожной ветки Майкоп – Аллер. Это делается для того, чтобы исключить транзит товаров через действующий курорт, высвободив тем самым прибрежную полосу, занимаемую существующей железнодорожной веткой. На месте демонтируемой таким образом железнодорожной дороги предполагается установить монорельсовый путь.

Для успешного функционирования курорта мы планируем и дальше развивать систему управления и информации. Цель этого проекта – оснащение курорта постоянно действующей системой управления, включающей рекламно-информационный блок, блоки бронирования мест в отелях и санаториях, авт., железнодорожных и других билетов, бронирования услуг, связи, функционирования свободных таможенных зон, грузоперевозок, банковского обслуживания, объединяющего все направления – обеспечения жизнедеятельности курорта. Ориентированная стоимость проекта – 500 млн. долларов. Большие возможности имеются у тех, кто занимается инвестициями в переработку сельскохозяйственной продукции. В Сочи производится самый северный в мире чай, это зона выращивания табака, различных фруктов и ореха-фундука, производство экологически чистого горного меда. Например, предполагаются строительство сигаретной фабрики производительностью 10 млрд. сигарет в год и реконструкция единственной российской ферментационной фабрики, находящейся в нашем регионе.

Объем годового денежного оборота предприятия составляет более 100 млн. долларов. Требуемый объем инвестиций – 35 млн. долларов

Имеются возможности по переработке морепродуктов, например, ракана.

В Сочи более 140 скважин минеральной и чистой воды с годовым балансом около 5 млн. литров каждая. Создание совместных предприятий по разливу воды в стеклянные и пластмассовые смокты позволит насытить российский рынок, который способен потреблять любой возможный объем. Ожидается годовой оборот капитала около 20 млн. долларов, прибыль от работы предприятия – 100% ТЭО на ряд проектов имеется. Требуемый объем инвестиций – 18 млн. долларов.

Предполагается строительство завода безалкогольных напитков, пивзавода, питьевого бювета и др., производство игристых вин «Абрау-Дюрсо». ТЭО имеется. Требуемый объем инвестиций – 14 млн. долларов.

Горная местность в районе Большого Сочи напоминает условия в Австрии и

Швейцария и позволяет построить 121 малый гидроэнергетический объект на склонах горных реках, суммарная мощность которых может составить около 133 МВт. Строительство упомянутых мощностей вытекло бы из энергетического баланса 175,5 тыс. тонн органического топлива, значительно улучшило бы экологическую ситуацию в регионе.

Важно подчеркнуть, что стоимость 1 кВт-часа электроэнергии, вырабатываемой малыми гидроэлектростанциями, составляет 25% стоимости потребляемой в настоящее время энергии. Средняя оккупаемость каждого объекта составляет 1 год. Другими словами, обустройство малыми гидроэлектростанциями горных рек Сочи может стать крупной межрегиональной программой, имеющей важное экономическое значение для нашего региона.

Использование нетрадиционных источников энергии является важным звеном на пути к существенному оздоровлению окружающей среды. Мы исходим из того, что природно-рекреационный потенциал Большого Сочи является ведущим фактором, определяющим направление и развитие экономики региона, в том числе всех видов рекреации и туризма.

Использование альтернативных видов энергии: малых рек, солнечной, ветровой, геотермальной, волновой и других - не предполагает в качестве основной цели увеличения выработки электроэнергии и получения тепла. Основная задача - это сохранение ценных природно-рекреационного потенциала региона, использование возобновляемых ресурсов, показатели которых - самые высокие в пределах Черноморского побережья России.

Наряду со строительством отелей, магнитов, дорог, развитием элементов инфраструктуры в Сочи предполагается создать максимально привлекательный инвестиционный климат. С этой целью мы планируем организацию четырех свободных таможенных зон с последующим их объединением в единую свободную экономическую зону "Большой Сочи". На первом этапе реализации этой программы предполагается создание локальных свободных экономических зон в пределах свободных таможенных зон, строительство таможенных складов, организация совместных предприятий для крупномасштабной оптовой торговли Сочи как южные ворота России, как летней столицы страны, как спортивный и туристический курорт весьма привлекательный для развития банковской инфраструктуры.

Администрация г. Сочи готова выделить свободные земли в аренду сроком на 40 лет для строительства объектов курортно-туристского комплекса. Предполагается создание СП для возможных контрольных пакетов акций у инвесторов. Администрация гарантирует строгий контроль за целевым использованием средств. Такая же возможность будет и у инвесторов для этих проектов администрации города будет предоставлять льготы по налогам на весь период строительства и на начальный период эксплуатации сроком до 10 лет.

*Черник Георгий Васильевич, доцент Академии менеджмента и Агробизнеса Нечерноземной зоны России, руководитель СПб центра обучения Института Всемирного банка.*

Особенности системы подготовки кадров в Академии менеджмента и Агробизнеса

Какими бы не были пути развития государства и отрасли, но всегда останется неизменное положение, что для увеличения прироста продукции на два процента завтра необходимо увеличение инвестиций на четыре процента сегодня.

За время перестройки, объём валового внутреннего продукта, и уровень жизни упало вдвое (в США 30-е годы - на 1/3, в СССР в 1942 г. - на 1/4). Инвестиции в основной капитал

сократились в 4 раза, в реальное производство - в 6 раз. Потребность в инвестициях до 2010 года прогнозируется в 2,5 триллиона \$, из них иностранных - 1/3. Китай, например, сейчас переживает инвестиционный бум, вкладывая 30-45 млрд \$ в год в реальное производство.

Одним из возможных инвесторов является Всемирный Банк как «эмиссионерная касса взаимопомощи» с установленным капиталом 186 млрд. долларов, 3% которых принадлежат России. Использовать эти деньги можно только для долгосрочных проектов реконструкции и развития производств с льготными условиями: 7% годовых, 2-4 года уплаты только процентов и 8-15 лет погашение долга.

Реализуются эти возможности у нас крайне слабо, т.к. кроме объективных причин (политическая нестабильность, сложность гарантов и др.) нет опыта работы с такими банками и знаний для правильного оформления документов

В нашем городе в значительной степени преодолен этот барьер — оформлены займы на 300 млн. долларов и реализуются шилотные проекты: «Реконструкция освещения Невского проспекта», «Реконструкция квартала у площади Восстания», «Дворцы культуры».

Академия менеджмента и Агробизнеса, расположенная в пригороде Санкт-Петербурга Шушары, имеет учебный центр Института Всемирного Банка (Московское отделение) WBIMO и проводят обучение специалистов промышленности и сельского хозяйства, по разработке и оформлению инвестиционных проектов в соответствии с требованиями Всемирного Банка и других иностранных и отечественных инвесторов.

Цель - научить слушателей составлять инвестиционное предложение и проводить анализ эффективности инвестиционного проекта в разных отраслях, в соответствии с требованиями инвесторов.

За время обучения слушатели осваивают требования, предъявляемые к инвестиционным проектам, знакомятся с законодательной базой, обеспечивающей благоприятный инвестиционный климат для субъекта Федерации, посещают выставку инвестиционных проектов Санкт-Петербурга.

Обеспечивается встреча с руководителями инвестиционных подразделений района, области и города Санкт-Петербурга, а также с руководством, выполняющим проекты Всемирного Банка Санкт-Петербурге.

Выдаётся раздаточный материал, в том числе программный, для расчета проектов, желающие могут приобрести специализированные программы.

**Курс «Приимки инвестиционных решений и анализ эффективности проектов по методике Мирового банка» рассчитан на 80 часов и проводится в аудиториях и компьютерном классе АМА в Шулявках по следующей программе:**

<b>Введение. Цели и задачи инвестиционного проекта. Методика Мирового банка</b>	4 часа
<b>Проектный цикл и его этапы. Проектный анализ. Аспекты анализа</b>	6 часов
<b>Деньги и время. Денежный поток</b>	6 часов
<b>Финансовый и экономический анализ проекта</b>	10 часов
<b>Бизнес-план как инструмент финансирования инвестиционного проекта</b>	4 часа
<b>Методика отбора и сопровождение проекта в отделе инвестиций Санкт-Петербурга Ленинградской области</b>	6 часов
<b>Анализ инвестиционных проектов с использованием модели Alt-Invest</b>	6 часов
<b>Анализ рисков и неопределенности. Управление проектом</b>	8 часов
<b>Анализ инвестиционного проекта предприятия с использованием Project Expert</b>	8 часов
<b>Деловая этика. «Инвестиционные торги»</b>	8 часов
<b>Посещение выставки инвестиционных проектов и круглого собеседование</b>	8 часов

Окончившие обучение получают сертификат Всемирного Банка, дающий преимущества при разработке инвестиционных проектов для продолжения их во Всемирном Банк, Европейский банк реконструкции и развития (ЕБРР), Международную финансовую корпорацию (МФК) и отечественные финансовые организации. При обучении в Шупарах кроме того выдается удостоверение государственного образца.

Захаров Александр Анатольевич, генеральный директор ОАО «Петербургские отели».

### Отели для массового туризма.

В 1997 г. образован Фонд развития Санкт-Петербурга и Северо-Западного региона. Его основной задачей стали подбор и подготовка ряда инвестиционных проектов городского масштаба. Среди них – недорогие петербургские отели в центре, которые могли бы привлечь интуристов, представляющих средний класс. Акционерное общество было организовано лишь в декабре 1998 г., хотя сама идея рождалась одновременно с созданием Фонда. В городе немало пустующих старых домов, которые могли бы превратиться в недорогие 3-4-х звездочные гостиницы. Их обитатели стали бы изучать город и его достопримечательности, совершая свои основные маршруты пешком. Фонд заинтересовался городскими отелями в июне 1997 г. Фонд является инициатором той или иной инвестиционной программы. Новые акционерные общества, будущи коммерческими организациями, реализуют конкретные программы. Среди них – и ОАО «Петербургские отели». Подбор адресов здесь велся совместно с комитетами и другими подразделениями администрации. При этом здания не должны были иметь существенных обременений: дополнительные затраты на расселение и т. д. Акционерное общество готовят инвестиционно-техническую документацию в полном объеме, работает в тесном контакте с КУИИ, Комитетом по строительству, Комитетом по градостроительству и архитектуре, КГИОП. Основная работа – девелоперская. По сути, это инжиниринговая компания и при необходимости вынимает по договору проектировщиков, которые выполняют предпроектные работы. Основная задача – подготовка документов к поиск инвесторов. Недавно на инвестиционно-технической комиссии прошли рассмотрение реконструкции 5-ти этажного здания площадью около 2,5 тыс. кв. м на Фурштадской, 60. Идея на встречу инвестору, решено сделать здесь официо-гостиничный комплекс. Инвесторы находят как в России, так и на Западе. Независимо от гражданства партнера должен убедиться в перспективности вложения средств в объекты Санкт-Петербурга. Есть несколько договоров, подписанных с известными европейскими консалтинговыми фирмами, которые помогают находить операторские компании за рубежом. Именно операторы с запада будут эксплуатировать отели на первом этапе. Сразу после выхода распоряжения губернатора по Фурштадской, 60, там начнутся подготовительные работы. Их будет вести компания «GRD». Ее представители знают Санкт-Петербург, а помощь ОАО «Петербургские отели» значительно сократит сроки подготовки документации.

В данной ситуации тендлер не был проведен. В таких случаях результативнее бывает подбор партнеров, так как здания находятся в плачевном состоянии и их надо спасать. Действовали обычным порядком: нашли инвестора на строительство гостиницы, подали заявку в Городскую ИТК, подготовили распоряжение губернатора о передаче объекта данному инвестору целевым назначением по единичной рыночной оценке, поскольку речь идет о выполнении городской программы. Обычно такое решение принимается при условии оплаты двойной рыночной оценки, но в данном случае такое обременение может стать бесполезным и инвестор уйдет.

Подрядчика и других партнеров инвестор ищет сам, ему уже передали права на строительство. Он возмет здание под охрану и начнет проектирование. Срок реализации проекта 18 месяцев после выхода распоряжения губернатора.

Так же полностью подготовлена документация для ИТК по зданию на Владимирском, 19. Оно крупное по размерам и требует больших инвестиций. Ожидается выход распоряжения губернатора по реконструкции этого дома. По этому адресу создается специальная организация, которая будет представлена инвестору или будет сформулирован

пул компаний. Не исключено, что покажется один инвестор, который приобретет акции этой компании и получит все права на реконструкцию. Главное требование будет – 3-х звездочная гостиница на 320 номеров с паркингом. По оценкам бизнес-плана срок окупаемости составит 7 лет при объеме инвестиций порядка 25 млн. долларов. Но если инвестору предоставить льготу по уплате рыночной оценки здания не единовременно, а после окончания реконструкции, срок окупаемости снизится до 5 лет, быстрее появятся новые рабочие места и налогоплательщики. Из проектировщиков выбрана компания «Ретро». Она предложила приемлемую цену, концепцию и сроки выполнения. Сейчас компания занята на предпроектной стадии.

Еще есть два здания по адресу Большой пр. П.С., 37 и пр. Римского-Корсакова, 7. Эти здания немного проблематичны. Для дома на Римского-Корсакова, 7 сделаны пять бизнес-планов. Инвестор может взяться за апартамент-отель, жилой дом, многоуровневый паркинг. Этот корпус находится в аварийном состоянии надо немедленно находить для инвестора, исходя из экономической целесообразности. Если не найдутся инвесторы, приступим к работе своими силами.

Что касается дома на Петроградской стороне, то после передачи его в наш уставный фонд выяснилось – он обременен договором на право бессрочного пользования на землю. После снятия этого вопроса начнется работа с инвестором.

Уставный фонд формируется со 100-процентным капиталом города, а в качестве взноса он передает в уставный фонд права пользования этими зданиями на 3 года. За этот срок необходимо подготовить программу реализации новых проектов.

Наличие западных операторов гарантирует с самого начала уровень сервиса не хуже чем в остальном мире. Предусмотрены современные средства связи, организация досуга, а также спектакльные подготовленный персонал. Отели среднего класса приносят солидный доход из-за высокой защищенности.

В городе в достаточном количестве имеются обветшавшие дома, до 120. Но все они либо обременены, либо по ним уже изданы распоряжения. Если рыночная цена для инвестора велика, то торт уместен, и ее можно снизить. Косвенные доходы, которые гостиница обеспечит в ближайшие годы, значительно превысят разницу в рыночной оценке объекта, и дадут городу новые рабочие места.

## С О Д Е Р Ж А Н И Е

<i><b>Название доклада</b></i>	<i><b>Страница</b></i>	
Вступительное слово. Голубев В.А.	4.	
Общие сведения по конференции.	5.	
Приветственное слово от Администрации Санкт-Петербурга. Ткачев Г.И.	7.	
Приветственное слово от Национальной Курортной Ассоциации. Стороженко Н.А.	8.	
II международная научно-практическая конференция по туризму: итоги конгресса профессионалов. Корнеев С.Е., Николаев С.С.	9.	
<i><b>I. Пленарное заседание.</b></i> Устойчивое развитие туризма в регионе Балтийского моря Ингвар Маттссон.	12.	
Развитие туризма в Испании: проблемы и перспективы развития. Луис Альберто Родригес Бланко, Артура Отис.	14.	
О перспективах развития туризма в Санкт-Петербурге. Голубев В.А.	16.	
Туризм и спорт. Никифоров В.И.	18.	
Результаты исследования ПРООН по развитию туризма в Российской Федерации. Фредерик Клаус	20.	
Государство и курортное дело. Стороженко Н.А	23.	
Роль научных исследований в стратегическом планировании туризма. Кузнецов Ю.В.	26.	
Экологические характеристики туристических маршрутов в Санкт-Петербурге и на Северо-Западе Российской Федерации в целом: содержание, значение, проблемы и пути их решения. Слесин Э.И.	28.	
Образование в туристской сфере и санаторно-курортном деле. Матусов Ю.А.	31.	
Влияние международных туристских выставок на формирование имиджа страны. Том Наттли	32.	
<i><b>2. Круглый стол «Актуальные вопросы развития туризма в РФ».</b></i> Обзор состояния в области государственного регулирования в сфере туризма в РФ. Янковский А.Э.	34.	
Некоторые аспекты развития туризма в Российской Федерации. Д-р Петер Шульце.	36.	
Качество туристско-экскурсионного обслуживания – основа формирования у туриста положительного имиджа города и страны Гарпина Н.Н.	39.	
Проект ЕС/TACIS: «Укрепление учебной базы для индустрии туризма в Российской Федерации – EDRUS 9510». Денис Харрингтон, Джон Поуэр.	41.	
Особенности страхования высокого и внутреннего туризма в Российской Федерации. Котова Н.	43.	
Туристская деятельность: проблемы правового регулирования. Писаревский Е.Л.	45.	
Сравнительный анализ туристского продукта Санкт-Петербурга и Шанхая Биржаков М.Б	48.	
<i><b>3. Круглый стол «Развитие индустрии городского туризма: экономические, социальные и экологические аспекты» (часть 1).</b></i> Городской туризм: общие тенденции развития на примере Ганзейского города Любек. Иоханн Вагнер.	50.	
Туризм как фактор развития крупного города. Карюкова Г.А.	53.	
Использование потенциала частного и жилищного сектора для расширения возможностей въездного туризма в России. Несвит Г.Д.	54.	
Развитие аренды транспортных средств для индивидуального отдыха. Абрамов В.А.	55.	
Культурный туризм. Актуальные проблемы. Пути развития. Милоченко Н.П	58.	
<i><b>4. Круглый стол «Развитие индустрии городского туризма: экономические, социальные и экологические аспекты» (часть 2).</b></i> Стратегия развития туризма в Курортном районе. Иванова В.И., Безденежных Т.И.	60.	
Экологический туризм: особенности и перспективы развития. Воскобойникова Н.Н.	61.	
<i><b>5. Круглый стол «Деловой туризм (конгрессно-выставочная деятельность). Проблемы и перспективы развития».</b></i> Содержание и значение конгрессного туризма. Ходько С.Т.	64.	
Конгрессы и выставки: общие тенденции развития на примере Ганзейского города Любек. Иоханн Вагнер	65.	
Взаимодействие национальной туристской организации Германии и всемирной выставки «Экспо-2000» в Ганновере. Ирина Кейко.	67.	

Проблемы обеспечения мероприятий высококачественным переводом. Ширяева О.В.	68.	Опыт использования новых информационных технологий в профессиональном образовании при подготовке кадров для туризма и гостинично-ресторанного сервиса. Мамаева Г.А.	98.
Техническое обеспечение проведения конгрессов. Современные технические средства, обзор возможностей и доступности в Санкт-Петербурге. Попон В.А.	69.	Значение бани для восстановления работоспособности организма. Минвалеев Р.С., Ушакова В.М.	100.
Городская политика в области конгрессной деятельности. Васильева В.В.	70.	Применение паравербальной электропунктурной диагностики (ПЭПД) при лечении заболеваний позвоночника. Павлов Д.Ю.	101.
Конгресс-бюро Санкт-Петербурга: задачи, функции, принципы создания. Стуглев А.А.	71.	Использование метода качественной оценки адаптационного состояния организма в практике санаторно-курортного лечения. Сорокин О.Г., Ступаков Г.В., Щербина Н.В.	103.
<b>6. Круглый стол «Региональное и международное сотрудничество по развитию туризма»</b>	<b>74.</b>	Влияние валентности ионов металлов на степень их адсорбции новым неорганическим катализитом на основе соединений титана. Стремилова Н.Н.	104.
Состояние и перспективы развития морского яхтенно-катерного туризма в Санкт-Петербурге и Ленинградской области. Березкин А.А.	74.	Обзор по автоматизированным системам управления гостиничными предприятиями в санаторно-курортных комплексах. Яковleva M.P.	104.
Опыт развития экстремального туризма Бобров М.М.	76.	Этапы профилактики и лечения заболеваний позвоночника. Щербина Н.В., Соломак А.В.	107.
Программы развития туризма на Северо-Западе РФ. Шорохов Е.А.	77.	Цели и задачи медицинского массажа в комплексной реабилитации детей после острых заболеваний дыхательной системы на санаторном этапе. Постоловский В.Г., Постоловская Л.Н.	108.
Программа развития водного туризма на Северо-Западе России. Громов В.В.	80.	Вопросы повышения квалификации кадров для санаторно-курортных комплексов. Федотов С.В.	110.
Опыт развития туризма в Тверской области. Железнова М.М.	81.	<b>8. Круглый стол «Инвестиционная политика в сфере туризма».</b>	112.
Привлекательные аспекты предоставления туруслуг в условиях особой экономической зоны. Зимоглядова В.В.	84.	Краткая характеристика сектора объектов размещения Санкт-Петербурга. Хиндикайнс Е.В.	112.
Перспективы развития геологического туризма на Северо-Западе РФ. Карчевский М.Ф.	85.	Инвестиционные проекты туристской отрасли Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Корнеев А.Е.	115.
Система продвижения лестинции на внутреннем и внешнем рынках. Кириллов А.Т.	86.	Комплекс исследований по теме: «Оценка экономической эффективности вариантов инвестиционных проектов в сфере инфраструктуры водного туризма». Блохин Ю.И., Калиниченко В.В., Никифоров В.И.	116.
Городская туристско-информационная служба Санкт-Петербурга: значение, создание, функционирование. Корнеев С.Е., Николаев С.С.	87.	Инвестиционные стратегии и инвестиционный климат Сочи. Скрыпкин В.К.	117.
Состояние и перспективы развития яхтного и внутреннего туризма на Дальнем Востоке. Берестовой А.А.	91.	Особенности системы подготовки кадров в Академии менеджмента и Агробизнеса. Черник Г.В.	120.
Формирование единого туристского пространства Содружества Независимых Государств. Богданов Е.И.	94.	Отели для массового туризма. Захаров А.А.	122.
<b>7. Круглый стол «Курорты и туризм».</b>	<b>95.</b>	Содержание	124.
Санаторно-курортный комплекс Северо-Запада России и его возможности. Зайцев Г.А.	95.		
Проблемы обучения персонала здравниц. Барсуков В.И.	96.		
Стандарты и управление качеством услуг в сфере туризма. Дауттар С.В.	97.		