



Пустовойтенко С. И.

ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ БЕЗОПАСНОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА (НА ПРИМЕРЕ ГЕРМАНИИ)

***Аннотация.** Анализ опыта развития туризма Германии, как комплексной и целостной системы, позволяет обратиться к вопросу разработки варианта национальной модели качественного (безопасного) и конкурентоспособного туристского продукта. С начала 20-х годов XX века туризм рассматривается исследователями ФРГ и других немецкоязычных стран как комплексная и целостная система, результатом взаимодействия всех составных элементов которой является предоставление потребителю безопасного и высококачественного туристского продукта. В основе разработки туристского продукта Германии, Швейцарии, Австрии и других немецкоязычных стран лежит системность и междисциплинарность исследований туризма. Методологической базой исследования является системный подход и сравнительный анализ, предложен компаративный анализ понятийного и терминологического аппарата проблемы. Представлены: анализ модели туристского продукта (на примере туристского концерна TUI), компаративный анализ понятийного и терминологического аппарата проблемы, предложен вариант модели формирования качественного (безопасного) туристского продукта в рамках туристского региона, даны основные компоненты безопасности туристского продукта. Областью применения результатов является теория и практика развития отечественного туризма. Актуальным представляется возможность использования положительного опыта системного развития туризма ФРГ в практике отечественного туризма и формирование на этой основе качественного (безопасного) национального туристского продукта.*

***Ключевые слова:** система туризма, модели туризма, безопасный туристский продукт, риск-менеджмент, кризисный менеджмент, предложение в туризме, анализ риска, причины кризисов, продукт дестинации, модель туристского продукта.*

Введение

Основным результатом деятельности туристско — рекреационной отрасли на территориях, оказывающих

туристские услуги, является предоставление потребителю качественного и безопасного туристского продукта. Безопасность туристского продукта является одним из основных показателей его качества и конкурентоспо-

собности, базовым фактором устойчивого развития туризма.

Информационные ресурсы интернета позволяют обратиться к опыту стран с развитой туристской индустрией по созданию качественного, безопасного и конкурентоспособного туристского продукта, как на национальном, так и на международном уровне. Например, опыт развития туризма Германии, ведущей экономики Евросоюза, достигшей рекордных результатов в 2012–2013 гг.¹, заслуживает особого внимания и анализа.

С начала 20-х годов XX века туризм рассматривается исследователями ФРГ и других немецкоязычных стран как комплексная и целостная система, результатом взаимодействия всех составных элементов которой является предоставление потребителю безопасного и высококачественного туристского продукта.

В основе разработки туристского продукта Германии, Швейцарии, Австрии и других немецкоязычных стран лежит системность и междисциплинарность исследований туризма. В работах немецких исследователей туризма представлено много моделей туризма с выделением основных элементов его структуры: социальная сфера, экология, политика, технология, экономика. Туризм рассматривается как статическая, так и динамическая система. В зависимости от целей исследования предлагаются различные варианты построения моделей структуры туризма и выделяются в связи с этой целью для анализа основные его компоненты.

Так, немецкоязычными исследователями туризма предлагается к анализу ряд моделей туризма, например: модель субъектно-объектных отношений развития туризма швейцарского экономиста Клау-

диа Каспар (Claude Kaspar, 1995), модель туризма Тины Хёблинг (Tina Hoebling, P. 86) с точки зрения предложения и спроса, микроаналитическая модель системы туризма В. Помпла (W. Pompl, 1997, P. 6), швейцарская модель развития туризма (1979, Bern, P. 84), современная модель жизни Криппендорфа (Jost Krippendorf, 1996) (работа — проживание — свободное время — путешествия), модель прогноза (туризм как система, 1976), основная модель системы туризма (P. 116), модель системы туризма Лейпера (Leiper, 1995), модель системы туризма профессора Бигера (Bieger, P. 119), модель туризма как самореференциальной системы 2004 г. (Bieger, 2004), показатели формирования перемен в системах туризма (таблица) профессора Бигера (Bieger, 2004), модель Вестера — туризм как социальная система (Vester, 1999), модель русского профессора Преображенского В. С. — территориальная рекреационная система (Preobrazhenskiy V. S., 1984), целостная или модульная модель системы туризма В. Фрейера 2001, 2009 (Freyer, 2001².) и 2009 г.³., модель туризма как свода дисциплин Бигера (Bieger, 1994), модель системы туризма как науки, основные направления развития туризма Бигера (Bieger, 1994) и другие модели⁴ (см. модели на с. 79, с. 86, с. 91, с. 94, с. 97, с. 101, с. 116, с. 118 на англ.яз., с. 119, с. 127, с. 130, с. 133, с. 136, с. 139 на нем.яз.).

² Freyer W. *Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. 9. Auflage. Oldenbourg Verlag. Muenchen. 2009. S. 47. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.oldenbourg-verlag.de/wissenschaftsverlag/tourismus/9783486596731>. (дата обращения: 01.10.2013)

³ EB Hotel Tourismus Consulting & Management. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consulting-beratung.at/index.php/turizm.html>. (на рус. языке, дата обращения: 11.10.2013)

⁴ Soelster M. *Einfuehrung in die Tourismuswirtschaft*. [Электронный ресурс]. URL: http://dr-schnaggels2000.surfino.info/uploads/Einfuehrung_in_die_Tourismuswirtschaft.pdf. (дата обращения: 19.09.2013)

¹ RA. *Reiseanalyse 2013. Erste ausgewaehlte Ergebnisse der 43. Reiseanalyse zur ITB 2013*. [Электронный ресурс]. URL: www.reiseanalyse.de (дата обращения: 09.12.2013)

Так, например, Хёмберг Е. (Hoemberg, 1978) рассматривает туризм как социальную систему, структура которой состоит из обобщенных поведенческих ожиданий, таких как: мотивы, роли, стереотипы и имидж, которые характеризуются тем, что они описываются компонентами системы только на ограниченный период времени, четко определенного решениями входа и выхода¹.

Фрейер рассматривает единую целостную модель туризма (Freyer, 2001), состоящую из 6 модулей: экономика, общество, политика, индивидуум, досуг, экология. Они дополняются модулями: право, СМИ, медицина, кризисный менеджмент, терроризм и психология. Каждый модуль является предметом рассмотрения соответствующей науки².

Туризм в работах немецкоязычных исследователей представляет собой объект научного исследования и рассматривается как открытая система, самостоятельно функционирующая, зависящая от своего окружения и оказывающая на него влияние. Например, с 1996 года швейцарский туризм со всеми регионами и субрегионами создан и организован как иерархическая система³.

Указанная тематика затрагивается также в работах отечественных исследователей, таких как: Амирханов М. М. (Amirkhanov M. M.), Бгатов А. П. (Bgatov A. P.), Биржаков М. Б. (Birzhakov M. B.), Викулова О. Н. (Vikulova O. N.), Воло-

шин Н. И. (Voloshin N. I.), Дементьева С. В. (Dementyeva S. V.), Зорин И. В. (Zorin I. V.), Квартальнов В. А. (Kvartalnov V. A.), Маринин М. М. (Marinin M. M.), Овчаров А. О. (Ovcharov A. O.), Парций Я. Е. (Partsy Ya. E.), Преображенский В. С. (Preobrazhenskiy V. S.), Попова Т. Н. (Popova T. N.), Писаревский Е. Л. (Pisarevsky E. L.), Плиева М. Р. (Pliyeva M. R.), Сарян А. А. (Saryan A. A.), Сергеев Г. Г. (Sergeyev G. G.), Старичкова Н. В. (Starichkova N. V.), Татаринов А. А. (Tatarinov A. A.), Штюрмер Ю. А. (Shtyurmer Yu. A.), Храбовченко В. В. (Hrabovchenko V. V.) и других авторов.

Цель статьи — разработка варианта национальной модели формирования безопасного, качественного и конкурентоспособного туристского продукта на базе анализа опыта развития туризма Германии.

Задачи статьи: анализ опыта развития туризма Германии, как комплексной и целостной системы, предоставляющей потребителю безопасный и качественный туристский продукт; анализ модели туристского продукта (на примере туристского концерна TUI); компаративный анализ понятийного и терминологического аппарата проблемы.

Терминологическая база вопроса, компаративный анализ понятийного и терминологического аппарата, проблемы терминологии

В немецкоязычной литературе присутствует спектр определений, что является туристским продуктом. Так, согласно глоссарию официального доклада федерального министерства экономики и технологий Германии (ФРГ) «Экономический фактор туризма. Германия», *«продукт»* — это общее понятие для товаров и услуг. В докладе дается определение *«продукт, характерный для туризма»* — товар или услуга (продукт) является характерным для туризма, когда расходы на этот продукт составляют или

¹ Там же. — С.75.

² Там же. — С. 105–115

³ Oliver Patrick Kuehn. Destinationsmarketing im Schweizerischen Tourismus. Analyse, Entwicklung neuer Ansätze und Anwendung im Falle der Region Nidwalden — Engelberg — Vierwaldstaettersee. Dissertation zur Erlangung der Wuerde eines Doktors der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Zuerich. / vorgelegt der Wirtschafts und sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universitaet Freiburg in der Schweiz. 2000. [Электронный ресурс]. URL: <http://ethesis.unifr.ch/theses/indexD.php>. S. 37. (дата обращения: 15.10.2013)

важную часть общих расходов туриста и/или если поставщик такого продукта получает большую часть своего дохода от продажи туристам¹.

Известный экономист в сфере туризма профессор Вальтер Фрейер (Freuer, 2009), теоретические разработки которого используются в практике туризма, в том числе и современными консалтинговыми компаниями (например, EB Hotel Tourismus Consulting & Management), специализирующимися в сфере гостиничного бизнеса, в области гостиничного и ресторанного дела, туризма и оздоровительных учреждений, выделяет понятие «*туристский продукт*», который состоит из всего того, что производится для туристов или из того, что туристы покупают².

В экономическом словаре Gabler Wirtschaftslexikon (Gabler economic encyclopaedia) издательства Gabler Verlag (Gabler publishing company) вводится термин «*продукт дестинации*»³. Само понятие «*туристская дестинация*» по-разному определяется как отечественными, так и зарубежными специалистами в зависимости от целей исследования. Существом понятия «*дестинация*» считается: определенное место назначения или целевой регион (В. Альтхоф. Altkhof V., 1996); пункт «кристаллизации туристского спроса» (К. Каспар. Kaspar C.,

1979); географическая территория, обладающая привлекательностью для туристов (Лейпер. Leiper, 1980); местность или сооружения, обладающие туристским потенциалом (Рябуха А. Ю. Ryabukha A. Yu., 2006); место, имеющее реальную или умозрительную границу (физическую, политическую, географическую, рыночную): страна, область, остров и т.п., которые посещают туристы с определенной целью (Себекина Т. А. Sebekina T. A., 2006) и так далее.

Определение «*туристская дестинация*» с учетом социального, экономического, территориального и управленческого аспектов подробно рассматривается в статье Машкович Е. А. (Mashkovich E. A., 2007)⁴.

Экономический словарь издательства Gabler Verlag дает краткое и развернутое толкование термина, «*дестинация*» — это географический регион, который определенный гость (или гостевой сегмент) выбирает целью путешествия. Она, таким образом, является *конкурентной единицей* во въездном туризме, которая должна вестись *совместно* как самостоятельное предприятие⁵.

Согласно развернутому определению, «*дестинация*» (целевой регион, место цели) — это географический район, часто место или регион, в котором присутствуют все необходимые для пребывания составные части, например: ландшафт, флора, фауна, климатические условия, культурно-историческая привлекательность, объекты размещения, места отдыха, развлечений и другая инфраструктура. Она выбирается

¹ Das Bundesministerium fuer Wirtschaft und Technologie. Wirtschaftsfaktor Tourismus Deutschland. Kennzahlen einer umsatzstarken Querschnittsbranche. Langfassung. S. 124–125 [Электронный ресурс]. URL: http://btw.de/cms/upload/branchenthemen/Wirtschaftsfaktor_Tourismus/Wirtschaftsfaktor_Tourismus_Langfassung_final.pdf. (дата обращения: 05.09.2013)

² EB Hotel Tourismus Consulting & Management. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consulting-beratung.at/index.php/turizm.html>. (на рус. языке, дата обращения: 11.10.2013)

³ Gabler Verlag (Herausgeber). Gabler Wirtschaftslexikon. Stichwort: Tourismus, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/54205/tourismus-v8.html>. (дата обращения: 05.10.2013)

⁴ Машкович Е. А. (2007). Оценка понятия «туристская дестинация» в контексте современной туристики. Известия ИГЭА. 2007. № 6 (56). [Электронный ресурс]. URL: <http://izvestia.isea.ru/pdf.asp?id=4303>. (дата обращения: 02. 10. 2013). [Mashkovich E. A. (2007). Concept assessment «tourist destination» in a context of the modern tourism studies // Izvestija IGEA. 2007. № 6 (56).]

⁵ Gabler Verlag (Herausgeber). Gabler Wirtschaftslexikon. Stichwort: Tourismus, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/54205/tourismus-v8.html>. (дата обращения: 05.10.2013)

гостем на основе сочетания факторов предложения как цель путешествия или продвигается на рынке туроператорами. Организацией и продвижением дестинации, как правило, занимается организация менеджмента дестинации (DMO). Даются развернутые уточнения данного понятия в договорах транспортировки, с точки зрения туроператора, клиента и других аспектов.

Важной особенностью дестинации является наличие множества независимых поставщиков услуг, которые в процессе кооперации интегрируют дестинацию в конкурентную единицу. «*Продуктом дестинации*» является общее предложение первоначальных и производных факторов, которые связываются в процессе кооперации с целью позиционирования туристской дестинации в конкуренции¹. Так, на рисунке 1 представлены основные элементы предложения в туризме.

Кюн (Oliver Patrick Kuehn, 2000) выделяет также 4 важных аспекта сферы туристского предложения: туристский регион, туристские предприятия, информацию и организацию, а также совместно с другими исследователями (Мюллером, Крамером, Криппендорфом. Mueller, Kramer, Krippendorf) относит местное население к области туристского предложения².

Кюн (Oliver Patrick Kuehn, 2000) подчеркивает *движение от туристского региона к дестинации*, анализируя методики и инструменты развития региона с первоначальным туристским предложением к организации дестинации и продвижению ее на рынке на примерах туристских регионов Швейцарии³.

Так, целью дестинации по Бигеру (Bieger, 2007) является продвижение на рынке этого

географического региона в качестве однородной цели в туризме под сильным именем⁴.

В таблице № 1 сделана попытка представить компаративный анализ основных терминов проблемы, который не претендует на исчерпывающую полноту.

Так, немецкоязычный терминологический аппарат содержит понятие «кризис», непосредственно относящийся к сфере туризма, наш терминологический аппарат содержит понятие «форс-мажорные обстоятельства», при возникновении которых участники экономического соглашения оказываются неспособными выполнить принятые ими обязательства.

Следует, на наш взгляд, полностью согласиться с одним из выводов презентации 2011 года (на III ежегодной конференции в рамках выставки ТУРСИБ — 2011 «Туристический бизнес» («Travel business»)), которая проходила в Новосибирске), что для минимизации форс-мажорных обстоятельств необходимо ими управлять, а не наивно констатировать их⁵.

Оба понятия «кризис» и «форс-мажорные обстоятельства», в принципе, несут одну смысловую нагрузку, однако, частью безопасного туристского продукта является именно системная работа с рисками и кризисами в туризме, которая проводится риск — менеджментом и кризисным менеджментом туризма Германии.

⁴ Bieger T. Management von Destinationen 7. Auflage. München. Wien. 2007. [Электронный ресурс]. URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/destinationsmanagement.html>. (дата обращения: 21.10.2013)

⁵ Сидорина Т. В. (2011). Риски в сфере туризма. д. пед. н., проф. академик туризма. Презентация на конференции «Туристический бизнес». III ежегодная конференция в рамках выставки ТУРСИБ-2011. 15. 04. 2011 г. Новосибирск. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.slideshare.net/ASKBDA/ss-7652798>. (дата обращения: 19. 09. 2013). [Sidorina T. V. Risks in the tourism sphere. Presentation at the conference «Travel business». The III annual conference within the TURSIB-2011 exhibition. 15. 04. 2011 г. Novosibirsk.]

¹ Там же. Gabler Verlag (Herausgeber). Gabler Wirtschaftslexikon.

² Там же. — С. 39

³ Там же — С. 167

Рисунок 1. Предложение в туризме*

Источник: Marc Soelter. *Einfuehrung in die Tourismuswirtschaft*, S. 137

(Marc Soelter. *Introduction to the tourism economy*. P. 137)

Условные обозначения: * — данная базовая таблица модифицируется другими исследователями туризма, например: Оливером Патриком Кюном (Oliver Patrick Kuehn) в его докторской диссертации «Маркетинг дестинации в швейцарском туризме», с. 37**

(*Destination marketing in the Swiss tourism*. 2000. P. 37)



* Soelter M. *Einfuehrung in die Tourismuswirtschaft*. [Электронный ресурс]. URL: http://dr-schnaggels2000.surfinfo.info/uploads/Einfuehrung_in_die_Tourismuswirtschaft.pdf. (дата обращения: 19. 09. 2013)

** Oliver Patrick Kuehn. *Destinationsmarketing im Schweizerischen Tourismus. Analyse, Entwicklung neuer Ansätze und Anwendung im Falle der Region Nidwalden — Engelberg — Vierwaldstaettersee*. Dissertation zur Erlangung der Wuerde eines Doktors der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Zuerich. / vorgelegt der Wirtschafts und sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universitaet Freiburg in der Schweiz. 2000. [Электронный ресурс]. URL: <http://ethesis.unifr.ch/theses/indexD.php>. S. 37. (дата обращения: 15.10.2013)

**Риски и этапы анализа риска,
кризисы и причины
их возникновения в туризме**

Отсутствие однозначного подхода к толкованию термина «риск» обуславливает множественность вариантов его трактовки. Так, в известных словарях и стандартах термин «риск» определяется следующим образом: «опасность, возможность убытка или ущерба» (Словарь английского языка Н. Уэбстера. Dictionary of English of N. Webster, 1828); «возможная опасность» (Словарь русского языка С. Ожегова. Dictionary of Russian of S. Ozhegov, 1960); «возможность наступления события с отрицательными последствиями в результате определенных действий или решений» (Большой экономический словарь. Big economic dictionary, 1998); «вероятность возникновения чего-то, что будет иметь влияние на цели» (Стандарт AZ/NZS 4360:2004 «Риск-менеджмент». Risk management standard AZ/NZS 4360:2004)¹.

Так, Gabler Wirtschaftslexikon (Gabler economic encyclopaedia) акцентирует внимание на задачах и целях анализа риска компании, предлагает к рассмотрению этапы его проведения, элементы которого можно также использовать и для анализа рисков в туризме. Задачей и целью анализа риска является разработка предложений с решениями по предотвращению рисков, устранению, минимизации, передаче риска, создание основы для эффективного управления рисками, их контроль в сфере риск — менеджмента как части системы управления рисками предприятия².

Анализ риска включает в себя:

¹ Управление рисками. [Электронный ресурс]. URL: http://www.cfin.ru/finanalysis/risk/main_meths.shtml. (дата обращения: 17. 10. 2013). [Risk management.]

² Gabler Verlag (Herausgeber). Gabler Wirtschaftslexikon. Stichwort: Tourismus, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/54205/tourismus-v8.html>. (дата обращения: 05.10.2013)

- меры по идентификации рисков (по видам риска) при планировании проекта, а также в рамках системы их раннего предупреждения;
- оценку вероятности возникновения рисков в определенный период или в отношении к определенному проекту, а также выявление возможных причин и возможных влияний (последствий) выявленных рисков и рисков, подлежащих оценке.

Анализ рисков является неотъемлемой частью рейтинга объектов по проверке кредитоспособности. Анализ рисков проводится в несколько этапов, как показано на рисунке 2.

Для каждого вида риска может проводиться оценка, например, в рамках рейтинга, со ссылкой на следующую градацию рисков по пятибалльной шкале:

- незначительный риск — оказывает незначительное влияние на результаты хозяйственной деятельности за прошедший год и показатели компании; (балл 1)
- риск средней величины — оказывает существенное влияние на результаты хозяйственной деятельности за прошедший год и показатели компании; (балл 2)
- значительный риск — оказывает сильное влияние на результаты хозяйственной деятельности за прошедший год и показатели компании; (балл 3)
- серьезный риск — может привести к значительному ухудшению работы предприятия; (балл 4)
- риск, угрожающий стабильности — дальнейшее существование компании в значительной степени подвержено опасности (балл 5)³.

Базой формирования безопасного турпродукта является системная работа с рисками и кризисами, представляющая собой объект деятельности риск — менеджмента и кризисного менеджмента.

³ Там же. Gabler Verlag (Herausgeber). Gabler Wirtschaftslexikon.

Таблица 1 — Понятийный и терминологический аппарат проблемы

Термины/определения	Источник	Термины/определения	Источник
1	2	3	4
<p>«безопасность» (расширенное понятие) включает в себя социальные, политические, военные, экологические, экономические и культурные аспекты</p> <p>«безопасность» — охватывает аспекты предупреждения (профилактики) и уклонения от определенных негативных событий (далее классифицируется согласно двум англ. терминам Safety u Security)</p> <p>Safety — относится к технической безопасности, например, объектов инфраструктуры (транспортной системы, объектов размещения, предприятий, оказывающих медицинские и оздоровительные услуги, связанной с включением человеческого фактора чаще всего с пассивными (техническими) мерами безопасности</p> <p>Security — содержит активные элементы безопасности и защиты от опасностей (краж, нанесения ущерба и разрушения) в результате человеческой деятельности</p>	<p>http://www.tab-beim-bundestag.de/de/pdf/publikationen/berichte/TAB-Arbeitsbericht-ab101.pdf. (S. 113–115) (TU Dresden 2005, S. 2) ¹</p>	<p>«безопасность туризма» — безопасность туристов (экскурсантов), сохранность их имущества, а также нанесение ущерба окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства при совершении путешествий</p>	<p>ГОСТ Р 50644–2009 (дата введ. 01.07.2010) п. 3.1 Термины и определения²</p>
<p>Риски представляют собой ситуативные или будущие угрозы</p> <p>Обице риски в туризме затрагивают в одинаковой мере местных жителей и туристов</p> <p>Специфические риски в туризме — влияют в особой и большей степени на систему туризма</p> <p>Далее выделяются: экономические, социальные, экологические, технические, психологические и политические риски как причины возникновения проблем в сфере безопасности в туризме</p> <p>Понятие «риск» описывается Юнгом Х. (Jung, H., 2003) как угроза наступления убытка, являющаяся следствием принятия определенного решения</p>	<p>³ [С. 115] http://www.betriebswirtschaft.info/1933.html.⁴</p>	<p>«риск» = вероятность возникновения (опасности) x степень ущерба</p> <p>«риск (возможная опасность) в туризме» — вероятность причинения вреда жизни и здоровью туристов, имуществу, окружающей среде, жизни и здоровью животных и растений с учетом тяжести этого вреда</p> <p>«Риск» определяют как возможный убыток, так и отклонение от запланированного ожидаемого дохода</p> <p>Риск рассматривают также как угрозу, связанную с преодолением неопределенности вероятного возникновения неблагоприятных событий, опасность недополучения ожидаемых доходов, возникновение потерь</p>	<p>Теория вероятности http://yeb2005.narod.ru ⁵</p> <p>ГОСТ Р 50644–2009 (дата ведения 01.07.2010) п. 3.3 Термины и определения ⁶</p> <p>Презентация на конф. «Туристический бизнес», III ежегод. конф. в рамках выставки ТУРСИБ-2011, 15.04.2011 Новосибирск⁷ [С. 9]</p>

¹ Petermann Th., Revermann Ch., Scherz C. TA — Projekt. Zukunftstrends im Tourismus. Edbericht. S. 2. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tab-beim-bundestag.de/de/pdf/publikationen/berichte/TAB-Arbeitsbericht-ab101.pdf>. (дата обращения: 19. 09. 2013)

² ГОСТ Р 50644–2009. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. Введен в действие 01. 07. 2010. [Электронный ресурс]. URL: Библиотека ГОСТов. <http://vse gost.com>. (дата обращения: 17. 09. 2013) (ГОСТ Р 50644–2009. Tourist Service. Requirements provided for tourist’s security. 01.07.2010)

³ Petermann Th., Revermann Ch., Scherz C. TA — Projekt. Zukunftstrends im Tourismus. Edbericht. S. 115. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tab-beim-bundestag.de/de/pdf/publikationen/berichte/TAB-Arbeitsbericht-ab101.pdf>. (дата обращения: 19. 09. 2013)

⁴ Jung H.: Controlling. Muenchen. 2003. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.betriebswirtschaft.info/1933.html>. (дата обращения: 29. 10. 2013)

⁵ Курс лекций «Безопасность жизнедеятельности». [Электронный ресурс]. URL: <http://yeb2005.narod.ru>. (дата обращения: 01. 11. 2013). Course of lectures «Safety Of Living».

⁶ ГОСТ Р 50644–2009. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. Введен в действие 01. 07. 2010. [Электронный ресурс]. URL: Библиотека ГОСТов. <http://vse gost.com>. (дата обращения: 17. 09. 2013) (ГОСТ Р 50644–2009. Tourist Service. Requirements provided for tourist’s security. 01.07.2010)

Термины/определения	Источник	Термины/определения	Источник
1	2	3	4
<p>Кризисы⁸ характеризуются как явные, значительные угрозы преимущественно в условиях опасности и цейтноте. Их следует понимать как процессы, в ходе которых степень опасности может изменяться. Выделяются эндогенные и экзогенные причины кризисов в туризме [см. рис. 3]</p>	<p>[⁹ С. 115]</p>	<p>«форс — мажорные обстоятельства» (обстоятельства непреодолимой силы) — это чрезвычайные, непреодолимые, не зависящие от воли и действий участников экономического соглашения обстоятельства, в связи с которыми участники оказываются неспособными выполнить принятые ими обязательства. К форс-мажорным обстоятельствам относят: пожары, землетрясения, наводнения, другие стихийные бедствия.</p>	<p>[¹⁰ С. 9]</p>
<p>«риск-менеджмент» в широком смысле слова включает в себя работу со всеми рисками, которые могут появиться в компании в процессе управления и в процессе исполнения, и не ограничиваются управлением только застрахованными рисками (Insurance Management — менеджмент страхования).</p>	<p>эк. словарь издательства Gabler Verlag, Gabler Wirtschaftslexikon¹¹ (Gabler economic encyclopaedia)</p>		
<p>«кризисный менеджмент» представляет собой особую форму управления высшим приоритетом, задачей которого является предотвращение или преодоление всех тех процессов в бизнесе (предотвращение и преодоление кризисов), которые иначе были бы в состоянии поставить под угрозу дальнейшее существование предприятия или даже сделать его невозможным</p>	<p>эк. словарь издательства Gabler Verlag, Gabler Wirtschaftslexikon¹² (Gabler economic encyclopaedia)</p>		

⁷ Сидорина Т. В. (2011). Риски в сфере туризма. д. пед. н., проф. академик туризма. Презентация на конференции «Туристический бизнес». III ежегодная конференция в рамках выставки ТУРСИБ-2011. 15. 04. 2011 г. Новосибирск. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.slideshare.net/ASKBDA/ss-7652798>. (дата обращения: 19. 09. 2013). [Sidorina T. V. Risks in the tourism sphere. Presentation at the conference «Travel business». The III annual conference within the TURSIB-2011 exhibition. 15. 04. 2011 г. Novosibirsk.]⁸ «кризис» — заимствование из греческого языка, означает «кульминационный, переломный момент», «кульминация» опасного развития [С. 115]

⁹ Petermann Th., Revermann Ch., Scherz C. TA — Projekt. Zukunftstrends im Tourismus. Edbericht. S. 115. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tab-beim-bundestag.de/de/pdf/publikationen/berichte/TAB-Arbeitsbericht-ab101.pdf>. (дата обращения: 19. 09. 2013)

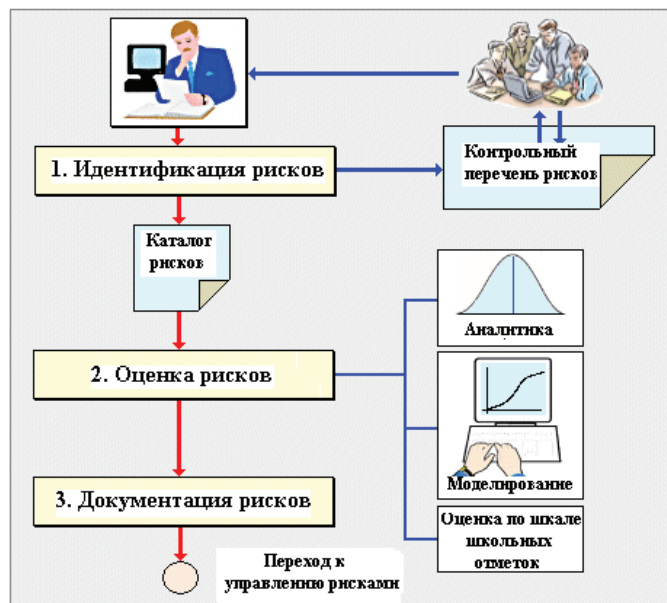
¹⁰ Там же. Сидорина Т. В. (2011). Риски в сфере туризма. С. 9

¹¹ Gabler Verlag (Herausgeber). Gabler Wirtschaftslexikon. Stichwort: Tourismus, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/54205/tourismus-v8.html>. (дата обращения: 05.10.2013)

¹² Gabler Verlag (Herausgeber). Gabler Wirtschaftslexikon. Stichwort: Tourismus, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/54205/tourismus-v8.html>. (дата обращения: 05.10.2013)

Рисунок 2. Этапы проведения мероприятий по анализу риска

Источник: Экономический словарь Gabler Wirtschaftslexikon (Gabler economic encyclopaedia)*



* Gabler Verlag (Herausgeber). Gabler Wirtschaftslexikon. Stichwort: Tourismus, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/54205/tourismus-v8.html>. (дата обращения: 05.10.2013)

Виды рисков, их источники, анализ рисков, стратегии преодоления рисков, риск-менеджмент, риск — коммуникации в туризме, кризисный менеджмент представлены на сайте экономического немецкоязычного словаря «Экономика предприятия» (Enterprise economy)¹, экономического словаря Gabler Wirtschaftslexikon (Gabler economic encyclopaedia)², в докладе Управления по оценке технологий при немецком парламенте TAB (Buero fuer technikfolgen-Abschaetzung beim deutschen Bundestag TAB)³,

в методиках ситуационного анализа туристского потенциала региона⁴.

Так, основные причины возникновения кризисов в туризме указаны на рисунке 3, представленном в докладе Управления по оценке технологий при немецком парламенте TAB⁵.

Модель качественного и безопасного туристского продукта (на примере туристского концерна TUI, Германия)

Анализируя туристский продукт, предлагаемый лидером качества немецкой туристической индустрии, ведущим в Европе немецким туристическим концерном TUI, бизнес в туризме

¹ Lexikon Betriebswirtschaft (BwLex). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iwk-svk-dresden.de/Demo/BwLex/html/R/Risikomanagement.htm>. (дата обращения: 01.11.2013)

² Gabler Verlag (Herausgeber). Gabler Wirtschaftslexikon. Stichwort: Tourismus, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/54205/tourismus-v8.html>. (дата обращения: 05.10.2013)

³ Petermann Th., Revermann Ch., Scherz C. TA — Projekt. Zukunftstrends im Tourismus. Edbericht. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tab-beim-bundestag.de/de/pdf/publikationen/berichte/TAB-Arbeitsbericht-ab101.pdf>. (дата обращения: 19.09.2013)

⁴ Situationsanalyse des Tourismuspotentials einer Region. [Электронный ресурс]. URL: <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-de/biblio/tourism/method.pdf>. (дата обращения: 03.11.2013)

⁵ Там же. Petermann Th., Revermann Ch., Scherz C. TA — Projekt. Zukunftstrends im Tourismus. Edbericht.

Рисунок 3. Причины кризисов в туризме*



* Там же. Petermann Th., Revermann Ch., Scherz C. TA — Projekt. Zukunftstrends im Tourismus. Edbericht. С. 116

которого, начинается с 1928 года, можно определить основные составляющие его качества и безопасности, которые представляют собой единую и целостную систему¹.

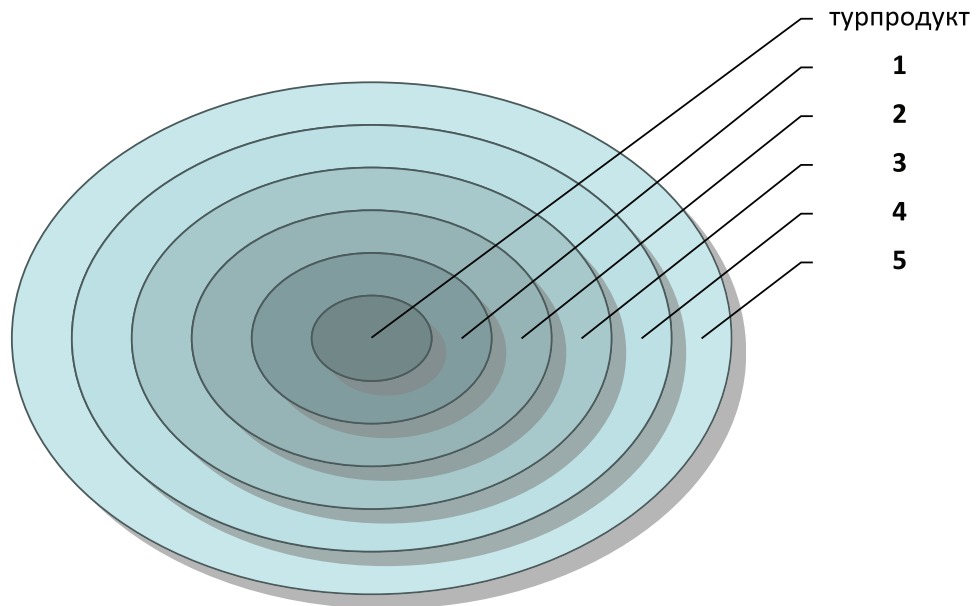
Основными компонентами этой системы, которые можно выделить, основываясь на представлении качества и безопасности турпродукта компании, предлагаемого клиен-

там на сайте, являются: менеджмент качества (Qualitätsmanagement), менеджмент устойчивого развития (Nachhaltigkeitsmanagement), менеджмент безопасности (Sicherheitsmanagement), кризисный менеджмент (Krisenmanagement) и риск — менеджмент (Risikomanagement). Графически наглядно эту систему можно представить на рисунке 4.

Концерн TUI первым получил в Европе сертификат соответствия профессиональных систем менеджмента безопасности и кризисного менеджмента, сертификация которых проводи-

¹ Sicherheit. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tui-deutschland.de/td/de/sicherheit/Zertifikat>. (дата обращения: 11. 09. 2013)

Рисунок 4 — Элементы системы менеджмента, обеспечивающего формирование качественного и безопасного туристского продукта



Условные обозначения: 1 — риск-менеджмент; 2 — кризисный менеджмент;
3 — менеджмент устойчивого развития; 4 — менеджмент безопасности; 5 — менеджмент качества

лась независимыми экспертами Pricewaterhouse Coopers (PwC). Рекламируя туристские услуги, TUI акцентирует свою ответственность за безопасность своих клиентов и определяет цель своей деятельности как предложение качества туристских услуг на самом высоком уровне с максимальной ориентацией на потребителя¹.

В 2011 г. TUI получила высшую оценку 3-й сертификации кризисного менеджмента независимой аудиторской фирмой PwC, базой которой послужило внедрение различных мероприятий по улучшению данной сферы деятельности, например, использование результатов системы анализа рисков.

Так, компания **Pricewaterhouse Coopers (PwC)** — одна из ведущих независимых аудиторских и консалтинговых фирм Германии, разработавшая стандарт кризисного менеджмента в туризме в соответствии с на-

циональными и международными стандартами риск — менеджмента и менеджмента качества: DIN EN ISO 9001, IDW (стандарт для контроля систем раннего предупреждения рисков, Enterprise Risk Management/Integrated Framework (COSO II) — управление рисками предприятия), осуществляет контроль по 9-ти составляющим элементам стандарта:

- цели антикризисного управления;
- предупреждение кризисов;
- идентификация кризисов;
- анализ и оценка кризисов;
- контроль деятельности в рамках антикризисного управления туризмом;
- коммуникации сферы предупреждения кризисов;
- контроль и подбор мероприятий антикризисного управления в туризме;
- организация антикризисного управления туризмом;
- документация кризисного менеджмента².

¹ Nachhaltigkeit. [Электронный ресурс]. URL: http://www.tui-group.com/de/nachhaltigkeit/produkte/sicherheits_und_krisenmanagement. (дата обращения: 09. 09. 2013)

² Там же. Nachhaltigkeit.

Разработка национальной модели формирования безопасного туристского продукта в рамках рекреационного региона

Учитывая различную специфику рисков и кризисов туристской Германии и нашей страны, следует повториться и констатировать тот очевидный факт, что рисками и кризисами, объективно существующими в туризме, необходимо управлять. Германия создала свою систему управления рисками и кризисами в туризме, что позволило ей достичь высоких экономических результатов отрасли.

Предложение качественного, безопасного и конкурентоспособного туристского продукта Германии на внутреннем и международном туристском рынке, высокие экономические и социальные результаты развития отрасли позволяют обратить внимание на необходимость системной работы с рисками и кризисами в туризме, на разработку национальной модели формирования безопасного туристского продукта в рамках туристского региона.

Так, основываясь на анализе иностранных источников формирования безопасного туристского продукта и на собственном субъективном понимании существа вопроса, можно предложить следующую модель его формирования, которая представлена на рисунке 5.

Рассматривая модель в рамках рекреационного региона, важным представляется аспект взаимовлияния, влияние региона на туристский продукт и влияние туристского продукта на регион. Ведущими факторами, оказывающими взаимовлияние, являются:

- социум, местное население: культура, традиции, религия рекреационной территории;
- экология: море, реки, водоёмы, флора, фауна, воздушный бассейн региона отдыха;

- туристские ресурсы;
- институт права, в т. ч. право в туризме;
- экономика региона, в т. ч. экономика туризма;
- инфраструктура туризма;
- инфраструктура города;
- политика: социальная, экономическая, экологическая, в т. ч. в туризме;
- индивидуум.

В аспекте этого взаимовлияния выделяются основные виды рисков и кризисов, разрабатывается комплексная система управления каждым видом риска и кризиса. Учитываются основные причины кризисов, в том числе, и в целевом регионе.

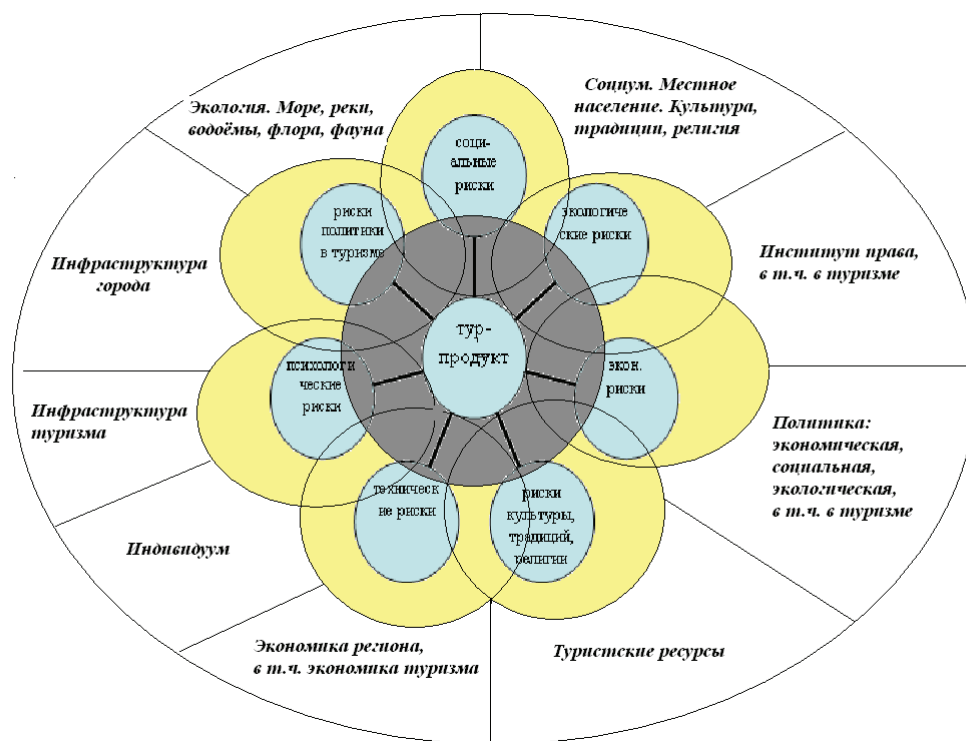
Так, исследователями выделяются следующие виды рисков:

- социальные риски;
- экологические риски;
- экономические риски;
- технические риски;
- риски культуры, традиций, религии рекреационной территории;
- психологические риски;
- риски политики в туризме.

Туристский продукт, содержащий в своей основе единый комплекс систем управления каждым видом идентифицированного риска и кризиса, учитывающий тем самым обоюдный процесс взаимовлияния рекреационной территории и на рекреационную территорию, прошедший как национальную, так и международную сертификацию систем управления рисками и кризисами, может по праву претендовать на рекламирование аспекта своей безопасности, как на национальном, так и на международном туристском рынке.

Отсутствие аспектов безопасности туристского продукта, разработанных действующими международными системами менеджмента, резко снижает уровень конкурентоспособности туристского продукта на международном рынке туризма.

Рисунок 5. Модель формирования качественного и безопасного туристского продукта в рамках туристского региона. Составные компоненты безопасности туристского продукта



Условные обозначения: серый цвет выделения — область идентификации, классификации, анализа, документации и статистики определенного вида риска и кризиса, каждому риску и кризису соответствует система управления данным видом риска и кризиса

Система раннего предупреждения рисков и кризисов

Одной из задач системы формирования качественного и безопасного туристского продукта является предупреждение тех рисков и кризисов, которые могут негативно повлиять как на развитие туризма в регионе, так и на гостей рекреационной территории и местное население, до наступления негативных последствий.

С этой целью созданы системы раннего предупреждения (Frühwarnsysteme), которые представляют собой специальный вид информационных систем, оповещающих своих пользователей о латентных, т.е. уже скрыто существующих опасностях в форме стимулов, импульсов или информации

с предварительным уведомлением до их наступления¹.

Эти системы раннего предупреждения активно используются в туризме, как например, консалтинговой компанией RiskLine ApS, основанной в 2007 г., одним из сервисов которой является предоставление информации по 206 странам мира своим клиентам для управления рисками и угрозами личной безопасности в туризме.

Компанией предоставляются рекомендации аналитиков компании, практические

¹ Frühwarnsysteme. Gabler Verlag (Herausgeber). Gabler Wirtschaftslexikon. Stichwort: Frühwarnsysteme. online im Internet. [Электронный ресурс]. URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/55806/fruehwarnsysteme-v5.html>. (дата обращения: 18.01.2013)

советы по безопасности на транспорте, информация о странах — горячих точках, о вопросах безопасности в месте назначения, предоставляется актуальная информация в режиме on-line, клиент компании обеспечивается необходимой информацией на месте непосредственного оказания помощи. RiskLine ApS предоставляет отчеты в интернете по странам мира¹.

RiskLine обеспечивает клиентов предварительной информацией о туристских услугах, оказывает информационные услуги связи по оказанию срочной помощи в случае чрезвычайной ситуации, аварии или непредвиденных обстоятельств в ходе поездки, осуществляет доступ к скорой медицинской и технической помощи, дает консультации по вопросам здравоохранения и стандартов качества по всему миру, решает вопросы эвакуации и репатриации.

RiskLine предоставляет SMS-оповещения клиентам компании в реальном времени и даёт соответствующие рекомендации по безопасности путешествий и уменьшению угрозы по следующим аспектам: преступность; забастовки; демонстрации; риски для здоровья; стихийные бедствия; политическая нестабильность; трудовые и этнические конфликты; похищение; терроризм; война; беспорядки; прекращение работы транспорта; неблагоприятные погодные условия.

Задачей данной службы является обеспечение доступа к своевременной и точной информации, сервису безопасности, рекомендациям по снижению угрозы непредвиденного события.

Базисом деятельности компании является стратегическое партнерство с компаниями: ConTgo — ведущим интегратором услуг мобильной связи², Amadeus, American Express, Microsoft и QBT, Falck Travelcare (крупнейшей

компанией, оказывающей услуги скорой помощи в Европе, в США, Латинской Америке, на Севере и в странах Балтии³, European Security Institute (ESI) — Европейским институтом безопасности — лидером в туристском секторе безопасности и физической защиты активов⁴.

ESI помогает клиентам управлять безопасностью рисков, связанных с поездками сотрудников и работой за рубежом, при разработке стратегии защиты активов компании от краж, вандализма, стихийных бедствий, агрессии и терроризма.

Заключение

Анализ зарубежных источников проблемы формирования качественного, безопасного и конкурентоспособного туристского продукта позволяет сделать следующие выводы:

- на лицо необходимость создания самостоятельного направления исследований в области безопасности туристского продукта в рамках разработки системы качества в туризме;
- необходимость создания недостающих и развитие действующих институциональных структур, способных обеспечить формирование качественных, безопасных и конкурентоспособных региональных туристских продуктов, используя практический опыт создания туристских продуктов таких стран, как: Германия, Швейцария, Австрия и других стран с развитой туристской индустрией;
- систематизация и развитие понятийного и терминологического аппарата проблемы, анализ и соотнесение его с международными терминологическими стандартами;

¹ Travel Risk Management. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.riskline.com/partners>. (дата обращения: 03. 04. 2012)

² ConTgo. [Электронный ресурс]. URL: www.contgo.com

³ Falck TravelCare. [Электронный ресурс]. URL: www.falcktravelcare.com

⁴ [Электронный ресурс]. URL: www.europansecurityinstitute.com

- создание национальной системы раннего предупреждения рисков и кризисов в туризме, обеспечивающей максимальную защиту населения туристского региона (его культуры, традиций, религии), гостей рекреационной территории, экологии туристского региона, финансовой системы отрасли, инфраструктуры региона, формируя, таким образом, элементы системы качественного, безопасного и конкурентоспособного туристского продукта России;
- анализ и использование существующих международных стандартов риск — менеджмента, кризисного менеджмента, менеджмента качества, менеджмента безопасности, стандарта для контроля систем раннего предупреждения рисков, менеджмента устойчивого развития в туризме с целью развития национальных стандартов России по формированию качественных, безопасных и конкурентоспособных региональных туристских продуктов.

Библиография

1. Машкович Е. А. (2007). Оценка понятия «туристская дестинация» в контексте современной туристики. Известия ИГЭА. 2007. № 6 (56). [Электронный ресурс]. URL: <http://izvestia.isea.ru/pdf.asp?id=4303>. (дата обращения: 02. 10. 2013). [Mashkovich E. A. (2007). Concept assessment «tourist destination» in a context of the modern tourism studies // Izvestija IGEA. 2007. № 6 (56).]
2. Сидорина Т. В. (2011). Риски в сфере туризма. д. пед. н., проф. академик туризма. Презентация на конференции «Туристический бизнес». III ежегодная конференция в рамках выставки ТУРСИБ-2011. 15. 04. 2011 г. Новосибирск. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.slideshare.net/ASKBDA/ss-7652798>. (дата обращения: 19. 09. 2013). [Sidorina T. V. Risks in the tourism sphere. Presentation at the conference «Travel business». The III annual conference within the TURSIB-2011 exhibition. 15. 04. 2011 г. Novosibirsk.]
3. Bieger T. Management von Destinationen 7. Auflage. München. Wien. 2007. [Электронный ресурс]. URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/destinationsmanagement.html>. (дата обращения: 21.10.2013)
4. Das Bundesministerium fuer Wirtschaft und Technologie. Wirtschaftsfaktor Tourismus Deutschland. Kennzahlen einer umsatzstarken Querschnittsbranche. Langfassung. [Электронный ресурс]. URL: http://btw.de/cms/upload/branchenthemen/Wirtschaftsfaktor_Tourismus/Wirtschaftsfaktor_Tourismus_Langfassung_final.pdf. (дата обращения: 05.09.2013)
5. EB Hotel Tourismus Consulting & Management. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consulting-beratung.at/index.php/turizm.html>. (на рус. языке, дата обращения: 11.10.2013)
6. Freyer W. Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. 9. Auflage. Oldenbuorg Verlag. Muenchen. 2009. S. 47. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.oldenbourg-verlag.de/wissenschaftsverlag/tourismus/9783486596731>. (дата обращения: 01.10.2013)
7. Fruehwarnsysteme. Gabler Verlag (Herausgeber). Gabler Wirtschaftslexikon. Stichwort: Frühwarnsysteme. online im Internet. [Электронный ресурс]. URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/55806/fruehwarnsysteme-v5.html>. (дата обращения: 18. 01. 2013)
8. Gabler Verlag (Herausgeber). Gabler Wirtschaftslexikon. Stichwort: Tourismus, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/54205/tourismus-v8.html>. (дата обращения: 05.10.2013)
9. Jung H.: Controlling. Muenchen. 2003. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.betriebswirtschaft.info/1933.html>. (дата обращения: 29.

10. Lexikon Betriebswirtschaft (BwLex). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iwk-svk-dresden.de/Demo/BwLex/html/R/Risikomanagement.htm>. (дата обращения: 01.
11. Nachhaltigkeit. [Электронный ресурс]. URL: http://www.tui-group.com/de/nachhaltigkeit/produkte/sicherheits_und_krisenmanagement. (дата обращения: 09. 09. 2013)
12. Oliver Patrick Kuehn. Destinationsmarketing im Schweizerischen Tourismus. Analyse, Entwicklung neuer Ansätze und Anwendung im Falle der Region Nidwalden-Engelberg-Vierwaldstättersee. Dissertation zur Erlangung der Würde eines Doktors der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Zuerich. / vorgelegt der Wirtschafts und sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität Freiburg in der Schweiz. 2000. [Электронный ресурс]. URL: <http://ethesis.unifr.ch/theses/indexD.php>. S. 37. (дата обращения: 15.10.2013)
13. Petermann Th., Revermann Ch., Scherz C. TA-Projekt. Zukunftstrends im Tourismus. Edbericht. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tab-beim-bundestag.de/de/pdf/publikationen/berichte/TAB-Arbeitsbericht-ab101.pdf>. (дата обращения: 19. 09. 2013)
14. Sicherheit. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tui-deutschland.de/td/de/sicherheit/Zertifikat>. (дата обращения: 11. 09. 2013)
15. Situationsanalyse des Tourismuspotentials einer Region. [Электронный ресурс]. URL: <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-de/biblio/tourism/metho.pdf>. (дата обращения: 03. 11. 2013)
16. Soelter M. Einfuehrung in die Tourismuswirtschaft. [Электронный ресурс]. URL: http://dr-schnaggels2000.surfino.info/uploads/Einfuehrung_in_die_Tourismuswirtschaft.pdf. (дата обращения: 19. 09. 2013)
17. RA. Reiseanalyse 2013. Erste ausgewählte Ergebnisse der 43. Reiseanalyse zur ITB 2013. [Электронный ресурс]. URL: www.reiseanalyse.de (дата обращения: 09. 12. 2013).
18. W. Teymouri, B. Biglari. Tourism: an Appropriate Model to Educate World Citizenship. // SENTENTIA. European Journal of Humanities and Social Sciences.—2013.—№ 2.— С. 91–101. DOI: .10.7256/1339–3057.2013.2.9616.
19. Ю.С. Путрик. Историческая преемственность традиций в отечественном туризме. // Политика и Общество.—2012.—№ 6.— С. 91–100.

References (transliterated)

1. Mashkovich E. A. (2007). Otsenka ponyatiya «turistskaya destinatsiya» v kontekste sovremennoi turistiki. Izvestiya IGEA. 2007. № 6 (56). [Elektronnyi resurs]. URL: <http://izvestia.isea.ru/pdf.asp?id=4303>. (data obrashcheniya: 02. 10. 2013). [Mashkovich E. A. (2007). Concept assessment «tourist destination» in a context of the modern tourism studies // Izvestiya IGEA. 2007. № 6 (56).]
2. Sidorina T. V. (2011). Riski v sfere turizma. d. ped. n., prof. akademik turizma. Prezentatsiya na konferentsii «Turisticheskii biznes». III ezhegodnaya konferentsiya v ramkakh vystavki TURSIB-2011. 15. 04. 2011 g. Novosibirsk. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://www.slideshare.net/ASKBDA/ss-7652798>. (data obrashcheniya: 19. 09. 2013). [Sidorina T. V. Risks in the tourism sphere. Presentation at the conference «Travel business». The III annual conference within the TURSIB-2011 exhibition. 15. 04. 2011 g. Novosibirsk.]
3. Bieger T. Management von Destinationen 7. Auflage. München. Wien. 2007. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/destinationsmanagement.html>. (data obrashcheniya: 21.10.2013)
4. Das Bundesministerium fuer Wirtschaft und Technologie. Wirtschaftsfaktor Tourismus Deutschland. Kennzahlen einer umsatzstarken Querschnittsbranche. Langfassung. [Elektronnyi

- resurs]. URL: http://btw.de/cms/upload/branchenthemen/Wirtschaftsfaktor_Tourismus/Wirtschaftsfaktor_Tourismus_Langfassung_final.pdf. (data obrashcheniya: 05.09.2013)
5. EB Hotel Tourismus Consulting & Management. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://www.consulting-beratung.at/index.php/turizm.html>. (na rus. yazyke, data obrashcheniya: 11.10.2013)
 6. Freyer W. Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. 9. Auflage. Oldenbuorg Verlag. Muenchen. 2009. S. 47. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://www.oldenbourg-verlag.de/wissenschaftsverlag/tourismus/9783486596731>. (data obrashcheniya: 01.10.2013)
 7. Fruehwarnsysteme. Gabler Verlag (Herausgeber). Gabler Wirtschaftslexikon. Stichwort: Frühwarnsysteme. online im Internet. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/55806/fruehwarnsysteme-v5.html>. (data obrashcheniya: 18. 01. 2013)
 8. Gabler Verlag (Herausgeber). Gabler Wirtschaftslexikon. Stichwort: Tourismus, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/54205/tourismus-v8.html>. (data obrashcheniya: 05.10.2013)
 9. Jung H.: Controlling. Muenchen. 2003. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://www.betriebswirtschaft.info/1933.html>. (data obrashcheniya: 29.
 10. Lexikon Betriebswirtschaft (BwLex). [Elektronnyi resurs]. URL: <http://www.iwk-svk-dresden.de/Demo/BwLex/html/R/Risikomanagement.htm>. (data obrashcheniya: 01.
 11. Nachhaltigkeit. [Elektronnyi resurs]. URL: http://www.tui-group.com/de/nachhaltigkeit/produkte/sicherheits_und_krisenmanagement. (data obrashcheniya: 09. 09. 2013)
 12. Oliver Patrick Kuehn. Destinationsmarketing im Schweizerischen Tourismus. Analyse, Entwicklung neuer Ansaetze und Anwendung im Falle der Region Nidwalden-Engelberg-Vierwaldstaettersee. Dissertation zur Erlangung der Wuerde eines Doktors der Wirtschafts-und Sozialwissenschaften. Zuerich. / vorgelegt der Wirtschafts und sozialwissenschaftlichen Fakultaet der Universitaet Freiburg in der Schweiz. 2000. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://ethesis.unifr.ch/theses/indexD.php>. S. 37. (data obrashcheniya: 15.10.2013)
 13. Petermann Th., Revermann Ch., Scherz C. TA-Projekt. Zukunftstrends im Tourismus. Edbericht. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://www.tab-beim-bundestag.de/de/pdf/publikationen/berichte/TAB-Arbeitsbericht-ab101.pdf>. (data obrashcheniya: 19. 09. 2013)
 14. Sicherheit. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://www.tui-deutschland.de/td/de/sicherheit/Zertifikat>. (data obrashcheniya: 11. 09. 2013)
 15. Situationsanalyse des Tourismuspotentials einer Region. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-de/biblio/tourism/metho.pdf>. (data obrashcheniya: 03. 11. 2013)
 16. Soelter M. Einfuehrung in die Tourismuswirtschaft. [Elektronnyi resurs]. URL: http://dr-schnaggels2000.surfino.info/uploads/Einfuehrung_in_die_Tourismuswirtschaft.pdf. (data obrashcheniya: 19. 09. 2013)
 17. RA. Reiseanalyse 2013. Erste ausgewaehlte Ergebnisse der 43. Reiseanalyse zur ITB 2013. [Elektronnyi resurs]. URL: www.reiseanalyse.de (data obrashcheniya: 09. 12. 2013).
 18. W. Teymouri, B. Biglari. Tourism: an Appropriate Model to Educate World Citizenship. // SENTENTIA. European Journal of Humanities and Social Sciences. —2013. —№ 2. — C. 91–101. DOI: .10.7256/1339–3057.2013.2.9616.
 19. Yu. S. Putrik. Istoricheskaya preemstvennost» traditsii v otechestvennom turizme. // Politika i Obshchestvo. —2012. —№ 6. — C. 91–100.