

## СЕКЦИЯ «СЕРВИС И ТУРИЗМ»

### ЗНАЧЕНИЕ СИСТЕМ ПОИСКА И СБОРА ИНФОРМАЦИИ В РАБОТЕ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Абрамов А.А. – студент, Хомякова О.В. – к.э.н., доцент  
Алтайский филиал Российской Международной Академии Туризма

Одним из направлений повышения эффективности управления предприятием является автоматизация поиска и сбора информации, когда ряд функций, которые выполняет человек, полностью или частично переводятся в автоматический режим. При этом анализ систем поиска и сбора показывает, что тенденции совершенствования систем направлены на автоматизацию таких функций, как планирование, контроль, анализ, при автоматизации которых расширяется спектр решаемых задач и увеличивается количество охвата принимаемых решений.

Постоянно изменяющиеся требования рынка, огромные потоки информации научно-технического, технологического и маркетингового характера требуют от персонала предприятия, отвечающего за стратегию и тактику развития предприятия быстроты и точности принимаемых решений, направленных на получение максимальной прибыли при минимальных издержках.

Автоматизация турфирмы включает в себя набор функций:

- получение и обработка информации от разных туроператоров;
- ведение внутреннего документооборота и бухгалтерии;
- выстраивание взаимоотношений с туроператорами;
- анализ данных и получение статистических отчетов;
- внедрение электронной подписи.

Необходимость использования специального программного обеспечения для автоматизации всей внутриофисной работы зависит от объемов, и вида деятельности турфирмы, так как программное обеспечение для турагентов и туроператоров различается.

Комплексная автоматизация турфирмы включает в себя помимо внутриофисной автоматизации, делопроизводства, бухучета, наличие интернет-каналов и систем бронирования туристических услуг.

Программное обеспечение в туристском бизнесе состоит из следующих элементов :

- учет заявок и клиентов в базе данных;
- печать документов, выдаваемых клиенту и отсылаемых партнерам;
- учет и контроль квот, загрузки рейсов;
- печать прайс-листов;
- on-line бронирование;
- связь с турагентским софтом и бухгалтерскими программами;
- формирование баз данных туруслуг разных туроператоров;
- выбор оптимального варианта для клиента из многих предложений;
- размещение заказов непосредственно в базе туроператора;
- оценка эффективности затрат, прибыльности (убыточности) на разных уровнях бизнеса.

Внедрение специализированного программного обеспечения на предприятии так же называется автоматизацией деятельности туристского предприятия.

Автоматизация деятельности туристской фирмы помогает при решении следующих задач:

1. Мониторинг состояния рынка. Начинающие туристские предприятия отдают предпочтение системам поиска и бронирования туров, позволяющим понять, кто из туроператоров по какому направлению работает, с кем выгоднее всего сотрудничать.

Опытные менеджеры агентств, хорошо ориентирующиеся на рынке предложений,

самостоятельно отслеживают предложения нескольких туроператоров и бронируют услуги в режиме online. Это позволяет зарезервировать ресурс туроператора в момент отправки заявки, что при ограниченном числе мест в отеле и на рейсе весьма важно.

При online бронировании агентство получает возможность в режиме реального времени отслеживать состояние своих заявок у туроператора (подтверждено, оплачено, не оплачено, на листе ожидания).

2. Автоматизация внутреннего документооборота туристической фирмы включает в себя выписку необходимых туристу документов (путевка, приходный/расходный кассовый ордер, договор, ваучер и др.), отслеживание жизненного цикла заявки клиента. Для этого используют системы поиска и бронирования туров или специально разработанные программные комплексы.

3. Автоматизация взаимоотношений с туроператорами заключается в создании и печати бланка заявки, в автоматическом отслеживании прохождения заявки от момента ее формирования до момента отправки в архив. Для этого используются режимы on-line бронирования туроператоров, внутриофисные системы, системы поиска и бронирования туров и др.

4. Автоматизация бухгалтерии предполагает использование специализированных бухгалтерских программ. В ряде случаев турагентства, работающие по упрощенной системе налогообложения, пользуются услугами аудиторских компаний, сдавая им лишь первичную документацию. В этом случае функций внутриофисных программ, касающихся учета финансов, оказывается достаточно. Возможно сопряжение специализированных внутриофисных туристских программ с бухгалтерскими на уровне обмена файлами.

5. Автоматизация анализа данных и получение статистики. Для принятия правильных стратегических решений программное обеспечение, используемое турфирмой, должно формировать исчерпывающее количество статистических отчетов, показывающих рентабельность работы компании за промежутки времени, и среднюю доходность заявок по направлениям и туроператорам и т.д.

Это позволяет тур предприятию правильно ориентироваться на рынке и разрабатывать нужные направления деятельности, выстраивая взаимоотношения с туроператорами, в нужное время давать нужную рекламу и оценивать, как она работает.

Автоматизация управления в современной рыночной среде является необходимой мерой повышения эффективности управления. Она позволяет менеджерам принимать управленческие решения более оперативно и с минимальным процентом ошибок. Автоматизация позволяет исключить возможность ошибки из-за человеческого фактора, снять с современного менеджера часть рутинных задач, которые занимали большое количество ресурсов и времени, но имели одно из первостепенных значений в работе организации.

## ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В ИНТЕРНЕТЕ

Алтунин В.Б. – студент, Шаховалов Н.Н. к.п.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Интернет является для туристического бизнеса одним из самых мощных источников привлечения клиентов. Все больше туристов отдает предпочтение поисковым системам, осуществляя в них поиск и подбор - как самого тура, так и компании-продавца туристических услуг. С каждым днем в сети появляется все больше и больше сайтов туристических компаний и, конечно, целью каждого владельца такого портала является увеличение продаж с помощью интернет-аудитории.

Интернет обладает уникальными характеристиками, значительно отличающимися от характеристик традиционных инструментов маркетинга. Одним из основных свойств среды Интернета является ее гипермедийная природа, характеризующаяся высокой

эффективностью в представлении и усвоении информации, что значительно повышает возможности маркетинга в усилении взаимосвязи предприятий и потребителей.

К стандартным методам продвижения веб-ресурса в Интернете относятся: оптимизация сайта, баннерные сети, контекстная реклама, накопление ссылок.

Сайт это лицо фирмы это также и инструмент продажи турпродукта посредством совокупности факторов дизайна, удобства и т.д.

Поисковая оптимизация (англ. search engine optimization, SEO) — комплекс мер для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей с целью продвижения сайта. Обычно, чем выше позиция сайта в результатах поиска, тем больше заинтересованных посетителей переходит на него с поисковых систем. [2].

Поисковая оптимизация и продвижение сайтов (SEO) — один из самых эффективных инструментов современного маркетинга, позволяющий с минимальными вложениями привлечь в интернет-магазины, на корпоративные или промосайты большое количество потенциальных покупателей с поисковых систем Яндекс, Google, Rambler и др. [Способы продвижения].

Среди других преимуществ технологии SEO стоит выделить:

- высокое доверие целевой аудитории к результатам поисковой выдачи;
- географическое таргетирование целевой аудитории (доступно в Яндексе);
- круглосуточную работу по привлечению потенциальных покупателей и увеличению количества целевых обращений;
- долговременное действие;
- контроль результатов продвижения в режиме реального времени.

Промежуточные цели поисковой оптимизации и продвижения сайтов (SEO):

- эффективное использование рекламного бюджета;
- продвижение и удержание сайтов на высоких позициях в ТОПх крупнейших поисковых систем Рунета: Яндекс, Google, Rambler, Mail и др;
- привлечение на сайт и удержание большого количества целевых посетителей;
- улучшение конверсии посетителей сайта в покупателей [3].

Социальные сети с распространением доступного интернета стали очень востребованы при помощи их люди общаются, обмениваются информацией и даже ведут бизнес.

Одним из инструментов маркетингового продвижения является Social media marketing (SMM) — процесс привлечения трафика или внимания к бренду или продукту через социальные платформы. Это комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний и решения других бизнес-задач [1].

Основной упор в SMM делается на создании контента, который люди будут распространять через социальные сети самостоятельно, уже без участия организатора. Считается, что сообщения, передаваемые по социальным сетям, вызывают больше доверия у потенциальных потребителей услуги. Это связывается с рекомендательной схемой распространения в социальных медиа за счёт социальных связей, лежащих в основе взаимодействия.

Продвижение в социальных сетях позволяет точно воздействовать на целевую аудиторию, выбирать площадки, где эта аудитория в большей степени представлена, и наиболее подходящие способы коммуникации с ней, при этом в наименьшей степени затрагивая незаинтересованных в этой рекламе людей [1].

Следует отметить такой аспект как удобства сайта. Эффективность сайта зависит от того как им удобно пользоваться.

Согласно терминологии, юзабилити сайта — это степень удобства работы человека с интерфейсом. Этим же понятием называются методы улучшения сайта во время разработки. Когда пользователь открывает веб-страницу, он желает увидеть понятное меню, четкую структуру, полезный читабельный контент и т. д. Но, вместо этого, нередко наталкивается на путаницу из картинок, кнопок и гиперссылок [5].

По мнению социологов, пользователи в наше время слишком нетерпеливы. Посетителей Интернета это касается в самой полной мере. Средний пользователь проводит на одной странице 27 секунд и в большинстве случаев не досматривает ее до конца. Одна из причин такого поведения, по мнению специалистов, огромное количество бесполезной информации. Клиенты не хотят ждать, а потому не любят сложный дизайн и медленную загрузку. По той же причине они не желают читать правила пользования главной страницей. Посетитель хотел бы за несколько секунд, после беглого просмотра, все понять и начать действовать.

Туристические поездки и их описание порождают огромное количество различной информации. Не использовать такую великолепную возможность для продвижения сайта турфирмы — большая ошибка. Поэтому рекомендуется собирать и размещать на сайте туристической компании как можно больше интересной и полезной информации [5].

Для того чтобы пользователи легко ее находили, к сайту подключаются такие модули, как: статейные разделы и архивы статей, новостные разделы и новостные ленты, словари, форумы, блоги. Кроме того, для обеспечения постоянного обновления сайта возможно подключение модуля «Вопросы и Ответы», который заинтересует посетителей и поможет легко увеличить количество информации.

Выделим нестандартные методы продвижения тур. услуг, а также привлечения и удержания клиентов в Интернете [4].

*Размещение информации на специализированных туристических порталах.* Туристические порталы с высокой посещаемостью (www.votpusk.ru, www.svali.ru, www.utravel.ru, www.turzona.ru, www.tournavigator.ru и др.) концентрируют целевую аудиторию. Поэтому принимая активное участие в деятельности портала, посредством размещения баннеров, контекстной рекламы и использования PR-инструментов (публикации новостей, статей, модерации сообщений на форумах) вы сможете заявить о себе и привлечь уже заинтересованную в ваших услугах аудиторию.

*Работа с негативными и позитивными откликами.* В Интернете не стоит игнорировать появление сообщений любой окраски. Например, существует такой тип клиентов, которые воспользовавшись услугами вашей компании, рассказывают об этом направо и налево. И хорошо, если пользователи делятся позитивными впечатлениями – а если нет?

Гласное остановить превращение недовольства в скандал, загладить вину, дать объяснение, рассказать какие меры принимаются на решение проблемы, по возможности, перевести недостатки в достоинства. Позитивные отклики следует поддерживать, благодарить, приглашать еще раз обратиться к вам, попросить оставить заметки в книге отзывов на сайте. Пусть клиентам будет приятно, пусть они знают, что с их мнением считаются, о них помнят, ими дорожат. Всё это поднимет лояльность к вашей турфирме и поможет увеличить число постоянных клиентов.

*Активная коммуникация с клиентами посредством корпоративного ресурса.*

Корпоративный ресурс должен работать на привлечение и удержание клиентов. Для этого можно использовать следующие методы:

- публикация новостей и интересных статей.
- публикация видео, фото, интересных истории о путешествиях от клиентов.
- организация конкурсов с призами и подарками.
- организация общения туристов на форуме.
- поощрение и благодарности постоянным клиентам.
- поздравление с праздниками как всеобщими, так и специфическими для какой-то страны или региона.

Общение с клиентами через сайт поднимет имидж. Активная работа с содержимым поможет улучшить положение ресурса в поисковой выдаче и, в итоге, привлечёт больше клиентов.

*Возможность просмотра сайта через мобильные устройства.*

Пользователи-путешественники пользуются мобильными устройствами для выхода в Интернет – это очень удобно. Желательно приспособить сайт своей фирмы для такого рода

коммуникации. Преимущества очевидны. Клиенты смогут найти ваш сайт, используя только мобильное устройство. Также они будут уверены, что всегда в любом месте покрытия сети смогут получить консультацию специалиста.

*Событийный маркетинг.* Создание информационного повода – это проверенный ход. Можно стать спонсором какого-либо мероприятия, направленного на вашу целевую аудиторию, или организовать свое, например, провести тренинг по теме «Меры предосторожности при купании в реке Ганг». Если событие окажется стоящим и интересным о нём быстро распространится информация в Сети. Главное, ей немного помочь: разослать пресс-релизы по всем существующим каналам, организовать обсуждения на форумах, опубликовать обзорные новостные статьи. И о вашей турфирме узнают все.

*Прямые онлайн продажи на сайте.* На сегодняшний день веб-сайт – это не только информационная карточка в сети, большинство сайтов наполнены обширным функционалом. Через веб-представительство можно напрямую работать с клиентами используя, например, системы онлайн-заказов и бронирования [4].

Таким образом, Интернет является для туристического бизнеса одним из самых мощных источников привлечения клиентов. Все больше туристов отдаёт предпочтение поисковым системам, осуществляя в них поиск и подбор — как самого тура, так и компании-продавца туристических услуг. С каждым днем в сети появляется все больше и больше сайтов туристических компаний и, конечно, целью каждого владельца такого портала является увеличение продаж с помощью интернет-аудитории.

Существующие стандартные методы продвижения давно всем известны, их используют для рекламы любых товаров и услуг, так как эти способы универсальны и не требуют практически никакой креативности. Отличную эффективность показывают нестандартные методы продвижения туристических услуг в Интернете.

Список использованных источников и литературы:

1. SMM. – Режим доступа : <http://aircompany.spb.ru/ru/internet/smm.html>. – Заглавие с экрана.
2. Словарь бизнес терминов. Поисковая оптимизация [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://dic.academic.ru/dic.nsf/business/17663>. – Заглавие с экрана.
3. Способы продвижения различных типов сайтов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/internet/seo&analytics.htm?printversion>. – Заглавие с экрана.
4. Эффективные приёмы продвижения услуг туристического сектора в Интернете. – Режим доступа : <http://www.virtech.ru/qa/363.html>. – Заглавие с экрана.
5. Юзабилити сайта по полочкам [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sitepolice.ru/blog/usability/25639/>. – Заглавие с экрана.

## ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ АЛТАЯ В ТУРИСТСКИХ ПРОГРАММАХ

Анисимова А.Ю. – студент, Исаев В.В. – к.и.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им.И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В настоящее время индустрия туризма динамично развивается, вовлекая в свою орбиту новые регионы и страны. В результате этого движения происходит глобальное перераспределение мировых туристских потоков. Эта тенденция находит отражение и в России, хотя интенсивность изменений несколько ниже. Растут туристские потоки нового поколения на «нетрадиционных» для России туристских направлениях – Байкал, Урал, Горный Алтай.

В Алтайском крае и республике Алтай, имеются все предпосылки для того чтобы сфера туризма стала одной из значимых составляющих социально-экономического комплекса края и республики, существенным источником пополнения регионального бюджета.

Республика Алтай обладает достаточными природными ресурсами, чтобы занять ведущее место в индустрии туризма. Этот рынок находится в стадии роста, и туристы стремятся попасть в новые, малоисследованные регионы, чтобы получить яркие впечатления от общения с природой. Главную привлекательность, по мнению экспертов по туризму, составляют не отели, канатные дороги, подъемники и бассейны, а эстетические свойства ландшафта. Его красота, уникальность способны затронуть чувства и эмоции людей, и это часто играет решающую роль. Горный Алтай сохранил красивейшие природные ландшафты, такую свою первозданность и нетронутость, какой нет в других регионах России. Путешественники часто чувствуют себя первопроходцами. Алтай настолько многолик и разнообразен, что может удовлетворить вкус любого путешественника.

Культурно-историческое наследие выступает как важный фактор социального и экономического развития региона. Оно может обеспечить развитие территории именно на базе использования этого специфического ресурса. Историко-культурное и природное богатство региона становится одной из реальных возможностей их экономического и социального подъема. Знакомство с историей и историческими объектами – сильнейший побудительный туристический мотив.

Появился тип интеллектуальных туристов, которые с большим интересом относятся к различным культурным традициям, к истории народа и человечества, их привлекают вопросы сохранения культурного наследия. Тем самым можно говорить о культурном туризме. Культурный туризм понятийно и предметно объединяет все виды туризма, направленные на познавательные и ознакомительные цели, изучение культурного наследия человечества [4, с. 518].

Алтай в силу геополитического расположения в центре Евразии в разные исторические эпохи объединял различные этносы и культуры. Здесь сохранились следы культуры великого Чингиз-хана, в 1993 году в долине реки Ак-Алаха был раскопан могильник, где было найдено бальзамированное тело молодой (около 25 лет) пазырыкской женщины, получившей титул "алтайской принцессы". Каменные изваяния тюркского периода, стоящие в межгорных котловинах Алтая, символизируют одну из древнейших традиций человека оставлять память об усопших сородичах. Большой поток туристов со всего мира, едет посмотреть на знаменитые, грандиозные каменные курганы Пазырыка, Туэкта, Шибе, Башадара, Укока, где сохранилась вечная мерзлота.

В VIII - III веках до нашей эры Алтай населяли скифы пазырыкцы. Алтай - прародина всех современных тюркских народов мира, в 552 году древние тюрки основали на территории Алтая первое тюркское государство - каганат. На все это великолепие дают возможность, большое количество туристических фирм и компаний, которые организуют различного рода экскурсии и поездки. Все это дает возможность представления о быте, культуре, религии и жизни народов Алтая.

Алтай – родина художников современности. Первым среди них следует назвать Г.И. Чорос-Гуркина (1870 - 1937 годы), автора таких знаменитых картин, как "Хан Алтай", "Корона Катунь", "Озеро горных духов" и другие. Полотна самобытного художника Алтая Н.И. Чевалкова (1892 - 1937 годы) "Мечты дикарки", "Пастух", "Базар" оставляют у зрителей незабываемое впечатление.

Все работы алтайских художников, а также предметы далеких и близких эпох выставлены в залах республиканского музея имени А.В.Анохина.

Летом 1926 года вблизи горы Белухи жил и работал Н.К.Рерих. Восхищенный Алтаем великий мыслитель и художник создал несколько полотен, в которых передал свое понимание его скрытой сущности и предначертал роль Алтая в будущей истории человечества. Дом-музей Н.К.Рериха в селе Верхний Уймон рассказывает о времени пребывания великого художника на Алтае.

Особым интересом у туристов пользуется природный парк «Зона покоя Укок». Среди объектов туризма примечательно Телецкое озеро – природный ландшафт, представляющий богатую научную, учебно-познавательную, лечебно-оздоровительную, экскурсионно-

эстетическую ценность. Название «Телецкое» произошло от названия племени алтайцев – телесов, проживающих на его берегах. Одна из историй об озере гласит, что давным-давно на берегах горного озера, которое наполняют хрустально-чистой водой сотни рек и ручьев, сбегаящих с ледниковых гор, поселились люди тюркского племени телес. Озеро стали называть по имени поселенцев Телес-Кёль – Озеро Тёлёсов. Летом в 1633 г. из Абатуринского острога на берега озера прибыл отряд казаков под командованием боярского сына Петра Сабанского. Собрались к нему жители, впервые увидевшие русских. Спросил их Петр Сабанский, как называют озеро. Ответили ему, что озеро Тёлёс-Кёль называют. Записал в своих бумагах боярский сын «Телесское озеро». Со временем в русской речи превратилось это название в Телецкое озеро. Только сами алтайцы и соседние народы – хакасы, монголы, тувинцы и шорцы называют его Алтын-Кёль – «Золотое озеро» [2, с. 67]. Данный объект тоже пользуется большим спросом у современных «диких» туристов.

В природном парке «Белуха» есть многодневные паломнические туры: «В поисках Шамбала» и «По следам Рериха». Гора Белуха у алтайского народа считается священным местом, поэтому здесь необходимо знать туристу особенности посещения таких мест. За тысячелетия жизни в горах местное население накопило важные знания о законах горной природы и о том, как обращаться с природными стихиями и энергиями мест, как выживать и правильно жить в горах. Эти знания принято называть традиционными знаниями или традиционными экологическими знаниями [3, с. 27].

Рассмотрим Каракольскую долину, представляющую собой уникальное культурное наследие. Здесь сосредоточены знаменитые Башадарские, Туектинские, Шибинские, Талдинские курганы скифской эпохи, рунические письма, каменные изваяния и многие другие достопримечательные места. Каракольская долина объявлена особо охраняемой природной территорией, где создан Каракольский природный парк «Уч-Энмек». Основной целью деятельностью природного парка «Уч-Энмек» является сохранение памятников историко-культурного наследия коренного населения Горного Алтая, охрана природных комплексов и биологического разнообразия данной территории, а также разработка и внедрение модели его использования в государственных и международных взаимоотношениях [3, с. 93].

В парке разработаны особые регламенты, принципы и правила посещения сакральных мест и объектов, но в силу они не вступили. Этому способствует человеческий фактор, а именно большое количество так называемых «диких» туристов, которые не соблюдают данные правила посещения охраняемых и священных мест на Алтае. Они останавливаются там, где им удобно, ставят палатки, отдыхают, занимаются тем, что им интересно. После отдыха зачастую забывают убрать за собой, за ними остаются гора мусора, которая не украшает землю природного парка.

Рассмотрение проблемы использования историко-культурного наследия в сфере туризма невозможно без понимания, чем был и остается памятник истории и культуры для общества. В XVIII-XIX вв. население нашей страны по-разному относилось к памятникам археологии, истории, культуры. Памятник воспринимался и как наследие предков, требующее почитания и сбережения, и как проклятое, либо волшебное место, связанное с "нечистой и неведомой силой".

В туризме загрязнение окружающей среды в местах, предназначенных для отдыха, означает утрату важнейших природных и исторических памятников, историко-культурного наследия республики Алтай. А при условии значительного превышения предельно допустимых концентраций вредных веществ, - невозможность его дальнейшего использования в туристских целях. В настоящее время высокий уровень интереса к состоянию окружающей среды становится одним из главных факторов в привлечении туристов. Регионы, не обеспечивающие безопасность и охрану здоровья туристов, не получают возможности развивать рынок туристских услуг.

Подобным образом, мы видим, что в связи с наметившимся приоритетным развитием индустрии туризма на Алтае нужны безотлагательные меры по сохранению и частичному использованию в туристских целях заповедных зон, исторических ландшафтов и памятников.

В качестве примера возможно использование шведского опыта многоуровневой музеефикации для целей экологического туризма, а также накопленный опыт использования культурного наследия в сфере туризма в России (Новгород, Псков, Челябинская, Кемеровская области и др.). Имеется и некоторый опыт использования археологических объектов в туристских целях и на Алтае (Денисова пещера, курганы в долине р. Сентелек, археологический парк «Перекресток миров», Чултуков лог и др.)

В концепциях музея нового типа историко-культурные памятники рассматриваются не как отдельные объекты. Новый музей – это историко-экологический музей-заповедник со всеми прилегающими к нему историко-культурными ценностями: ландшафтом, археологическими, историческими памятниками и памятными местами, действующими музеями, сохранившимися традиционными промыслами и предметами быта - всем тем, что составляет культурный потенциал данной местности и может быть организовано и использовано как историко-культурная среда. Для сохранения и использования историко-культурного наследия Республики Алтай приоритетными являются следующие направления - создание историко-культурных и ландшафтных заповедных зон и организация на их основе музейных комплексов с целью развития историко-культурного туризма.

Таким образом, важность и актуальность проблемы развития туризма на Алтае обусловлены постоянным ростом интереса к региону со стороны иностранных туристов и российских. Туризм ускоряет развитие экономики самого региона, стимулирует развитие производства сувениров, ювелирной промышленности и не только. В связи с развитием туризма в Горном Алтае появляются национальные юрты, изделия народных промыслов, национальная одежда. Но при этом остро стоит вопрос сохранения историко-культурных ресурсов. Опасность неконтролируемого изменения окружающей среды и вследствие этого угроза утраты историко-культурного наследия Алтайского региона. Бережное отношение к памятникам природы и культуры, позволит донести эти богатства до последующих поколений. Создание природных парков и особых экологических зон, принятие законов о сохранение культурного наследия – только первые шаги в сохранении нашей истории и культуры. Воспитание в людях чувства бережного отношения к ценностям природы, культуры и истории, еще один шаг к сохранению богатств историко-культурного наследия.

Отношения, связанные с сохранением, выявлением и использованием историко-культурного наследия на территории Республики Алтай регулируются: законом "Об охране объектов культурного наследия Республики Алтай" № 14-16 от 16.09.2003 г., законом Республики Алтай «О внесении изменений в закон Республики Алтай "Об охране объектов культурного наследия Республики Алтай"» № 24-27 от 18.11.2004 г., Положением «Об охране и использовании объектов культурного наследия в Республике Алтай» № 69 от 28.04.2005 г., федеральным законодательством и другими законодательными актами.

Список использованных источников и литературы:

1. Елин В.Н. Проблемы сохранения, использования и изучения памятников археологии Алтая. Горно- Алтайск, 1992.
2. Опарин, Р. В. (2009) Мир заповедной природы Алтая : учеб. пособие. Горно-Алтайск– Барнаул : Фонд устойчивого развития.
3. Алмашев, Ч. Д. (2008) Особо охраняемые места Алтая. Экскурсии и правила посещения, охраняемых и священных мест Республики Алтай. Горно-Алтайск : Фонд устойчивого развития Алтая.
4. Биржаков, М. Б., Никифоров, В. И. (2003) Большой Глоссарий терминов международного туризма : в 2 т. 2-е изд., доп. и перераб. СПб. : Невский фонд. Т. 2.
5. Танкова М. Алтай. Нижняя Катунь. Путеводитель. ООО «Пять-плюс», 2003.



## РОЛЬ ТРАНСПОРТНОГО СЕРВИСА В РАЗВИТИИ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Бармин А.С. - студент, Биттер Н. В. - к.п.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова (г. Барнаул)

Существование любого государства невозможно без развитой транспортной инфраструктуры. Особенно велика роль транспорта в России из-за ее обширной территории.

Транспортный сервис во многом влияет на успешность развития туризма. Вместе с тем в настоящее время наблюдается ряд проблем развития транспортного сервиса, препятствующие развитию туризма. Связано это с тем, что современное развитие туристского транспорта не соответствует требованиям, которые предъявляет потребитель к качеству транспортного сервиса.

Особенности и структура транспортного сервиса зависят от вида транспорта, от отличительных особенностей от других отраслей экономики.

Отметим: для обеспечения качества услуг требуется три основных фактора: необходимая материальная база, квалифицированный и заинтересованный в хорошей работе персонал и четкая организация работ, в том числе управление качеством услуг. Также необходимо постоянно отслеживать качество оказания транспортных услуг.

Проанализировав роль транспортного обеспечения в туризме, отметим, что он играет большую роль в развитии туризма и в формировании туристского продукта. Вместе с тем, эффективность использования транспорта в туризме зависит от его безопасности, скорости и удобств, предоставляемых туристу во время его передвижения. Необходимо выстраивать взаимоотношения туркомпаний и с транспортными компаниями. В связи, с чем важно учитывать правила их взаимодействия в вопросах обеспечения безопасности пассажиров и их имущества, обслуживания, использования соответствующих скидок и льгот при продажах имеет важное значение, как для туристов, так и для организаторов путешествий.

Развитие взаимоотношений туризма с транспортными компаниями зачастую в ряде стран не соответствуют мировым стандартам по следующим показателям: удобству, эффективности и безопасности. Транспортные проекты, в частности, строительства новых аэропортов, автомобильных и железных дорог требуют для своей реализации огромных инвестиций и времени.

Данный факт обусловлен тем, что транспортные средства являются основным элементом туристской индустрии.

Туристское транспортное путешествие, как правило, реализуется несколькими видами транспорта: железнодорожный плюс автомобильный, авиационный плюс автомобильный, водный плюс железнодорожный, плюс автомобильный.

Несмотря на меры, принимаемые федеральными органами власти по реализации федеральной целевой программы «Модернизация транспортной системы России», инвестиционная активность в транспорт Алтайского края по-прежнему остается низкой, а действующее законодательство не позволяет осуществлять организационные и экономические преобразования.

Необходимо отметить, что развитие любого региона в современных условиях невозможно без последовательного качественного транспортной инфраструктуры.

Проблемы развития транспортной инфраструктуры с целью привлечения туристов, и развития транспортной доступности основных объектов туристской индустрии освещены в «Стратегии социально-экономического развития Алтайского края на период до 2025 года». В данном документе делается акцент на том, что развитие транспортной инфраструктуры края будет способствовать более продуктивному развитию экономики региона, и будет обеспечивать развитие связи населенных пунктов, а также поддержанию грузопотоков, пассажиропотоков туристов, что будет соответствовать современному уровню мобильности населения.

В результате анализа состояние транспортного обеспечения туризма в крае мы выделили

следующие проблемы: технического состояния и пропускной способности дорог; модернизации транспортной инфраструктуры Алтайского края; авиационной доступности Алтайского края (реконструкция аэропорта в г. Бийск).

Мы предлагаем следующие рекомендации по совершенствованию транспортного обеспечения туризма.

– В целях надежного транспортного обеспечения туристского потока предполагается расширить возможности и реконструировать международный аэропорт Барнаула, а также местные аэропорты Бийска и Белокурихи.

– В летний сезон отдыха должна быть разработана система обслуживания большего количества отдыхающих на железнодорожном транспорте. Помимо введения дополнительных поездов необходимо произвести реконструкцию вокзалов, в первую очередь, в г. Бийске.

– Кроме улучшения качества покрытия на автомагистралях, ведущих к традиционным местам отдыха, необходимы серьезные капиталовложения в создание придорожной инфраструктуры и, в первую очередь, туалетов, кафе, станций техобслуживания. Парк автобусов, работающих на обслуживании отдыхающих и туристов, подлежит обновлению с целью обеспечения необходимого уровня качества и безопасности обслуживания.

– Изыскать возможности для обеспечения комфортного путешествия по верхней Оби. Река Обь на территории края - это, пожалуй, единственная река в России, по которой многочисленные желающие речных путешествий не могут совершить поездку.

– Возродить прогулочные рейсы на Оби и Обском море в Новосибирске, так как в последнее время интерес населения к ним существенно возрос.

Проводимые мероприятия в первую очередь должны соответствовать современному перераспределению прав и функций между разными уровнями управления: федеральным, региональным (территориальным) и муниципальным (местным). С нашей точки зрения стоит сделать акцент на усилении роли органов управления Алтайского края. В первую очередь – это повышению их ответственности за эффективное функционирование региональных социально-экономических комплексов, в т.ч. транспортных. Последние в совокупности образуют транспортную систему России, которая обслуживает и внутренний, и выездной туризм. Данная система состоит из множества элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, образующих определенную целостность и единство.

Список использованных источников и литературы:

1. Кусков А. С. Транспортное обеспечение в туризме : учебник / А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. – М. : Кнорус, 2008. – 368 с.
2. Кусков, А.С. Менеджмент транспортных услуг. // А. С. Кусков, О. В. Понукалина - М.: Рконсульт, 2004. – 185 с.
3. Осипова, О. Я. Транспортное обслуживание туристов: учеб. пособие / О. Я. Осипова. – 4-е изд., испр. и доп. – М. : ИЦ Академия, 2008. – 384 с.
4. Стратегия социально-экономического развития Алтайского края на период до 2025 года от 28 декабря 2007 г. N 622

## МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА: АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО И РОССИЙСКОГО ОПЫТА

Белушенко В.О.- студент, Колупанова И.А. – к.и.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г.Барнаул)

В настоящее время внутренняя мотивация персонала имеет огромное значение для работы предприятия. Мотивация относится к числу проблем, решению которых в мировой практике уделяется большое внимание.

Мотивация – процесс побуждения людей к деловой активности для достижения личных целей, а также целей организации [1, стр.120].

В России и за рубежом подходы к мотивации труда значительно отличаются. При этом

теории мотивации труда одинаковы в обоих случаях и имеют, в основном, зарубежное происхождение.

Рассмотрим зарубежные модели систем мотивации труда.

Из всего разнообразия моделей систем мотивации труда можно выделить японскую, американскую, французскую, немецкую и шведскую модели.

В Японии действует система «мотивация на благо страны»: производительность труда опережает уровень жизни. Это значит, что в стране используются новейшие технологии, которые обеспечивают ее существование и развитие. То есть люди делают в несколько раз больше, чем необходимо, для уровня поддержания жизни. Сотрудники в Японии верны в стране, им внушают, что интерес государства превыше всего, а не собственная выгода, так что их основная мотивация, это: 1 – увеличение жалования (за счет увеличения стажа и навыков), а 2 – это корпоративный дух, там люди работают за результат – это их основная мотивация [3].

В США существует материальная система мотивации. Во-первых: это материальная мотивация, по большому счету она является основной. В США руководители ценят в сотрудниках самостоятельность и новаторство. Система премирования в США очень распространена. Чем сотрудник надежнее, чем он больше помог компании, тем больше премии он получает. Еще одной важной составляющей американской модели мотивации является, так называемый, «процент от продаж», когда сотрудник продал много товара/акций и т.п., ему начисляется хороший процент от продаж. Это мотивирует сотрудников к увеличению продаж [3].

Система мотивации труда сотрудников во Франции такова, что, во-первых: устанавливаются различные стенды, доски почета и так далее — это нематериальная мотивация, которая приносит свои плоды во многих компаниях. Однако, основная мотивация – это материальная мотивация: на предприятии или в компании устанавливается балльная система, чаще всего от 0 до 120 баллов, если человек набрал за месяц 100-120 баллов, то ему присваивается высшая категория, за нее он получает высокую надбавку к зарплате [3].

Немецкая модель мотивации труда исходит из того, что в ее центре находится человек с его интересами как свободная личность, сознающая свою ответственность перед обществом. Свобода в экономическом смысле означает понимание интересов общества и нахождение своего места в системе производство — потребление [4].

Шведская модель мотивации труда отличается сильной социальной политикой, направленной на сокращение имущественного неравенства за счет перераспределения национального дохода в пользу менее обеспеченных слоев населения. Шведские профсоюзы проводят политику так называемой солидарной заработной платы, основывающейся на таких принципах: равная оплата за равный труд, сокращение разрыва между размерами минимальной и максимальной заработной платы [4].

Российская теория и практика мотивации труда, как правило, сводятся к оплате труда, основанной на фиксированных тарифных ставках и должностных окладах, и, к сожалению, малоэффективны. Поэтому при формировании систем мотивации труда на предприятиях, особенно крупных, необходимо использовать уже накопленный мировой практикой опыт [4].

Среди отечественных работодателей распространена тенденция недооценивать важность человеческого фактора в мотивации и, напротив, переоценивать значимость факторов финансово-дисциплинарных [2].

Способы мотивации при учете человеческого фактора в России включают возможность участия в перспективных проектах, расширение сферы ответственности, участие в развивающих программах (программа "кадровый резерв", тренинги, семинары, конференции). В последнее время в качестве средств мотивации предлагаются программы развития лидерства и даже коучинг. То есть работодатели напрямую пытаются помочь ключевым сотрудникам в их личностном росте, рассчитывая тем самым улучшить качество управления, повысить его эффективность в условиях инновационного развития организации в быстро меняющейся среде [2].

Преимущества и особенности российских сотрудников: у них менее устойчивая самооценка (часто склонны воспринимать рабочие вопросы как личностные), они более чувствительны к нематериальным формам мотивации. При этом россияне более инициативны, они охотно применяют инновации и продуктивно работают в стрессовых условиях (эта способность, видимо, связана с культурно-историческим контекстом), с энтузиазмом относятся к расширению сферы ответственности и возможности потрудиться над новыми проектами [2].

Исследовательский центр портала Superjob. ru, опросив 3000 экономически активных россиян старше 18 лет, выяснил, что большинство (36%) ценят такой способ поощрения, как дополнительный выходной или незначительное сокращение рабочего дня, например возможность раньше уходить с работы. Особенно данный метод мотивации по душе женщинам (43% против 29% среди мужчин), а также респондентам до 25 лет (43%). На втором месте - гибкий график работы и хорошие бытовые условия в офисе (по 29%). Чаще остальных комфортные условия и гибкий график в качестве наилучшего способа мотивации отмечали респонденты старше 55 лет (34%). Каждый пятый участник исследования (19%) был бы рад публичной благодарности за хорошую работу из уст руководителя. Для 16% опрошенных очень важна поддержка в личных делах (рецензирование дипломной работы, помощь в оформлении ребенка в детский сад и т. п.). От возможности трудиться дома не отказались бы 14%. А вот конкурсы и соревнования вызывают у респондентов гораздо меньше энтузиазма (7%) [2].

Таким образом, можно сделать следующий вывод. В данной статье в качестве примера не зря были взяты страны не только Запада, но и Востока. Находясь между этими культурами, Россия вобрала в себя ценности и восточного, и западного мира. Именно этот факт делает Россию столь непохожей на другие страны. И именно это обуславливает необходимость выбора особенной, подходящей именно для России модели мотивационного управления, которая строилась бы на основе собственного опыта теории и практики управления. Этот выбор может поспособствовать определению пути развития нашей страны.

Список использованных источников:

1. Кабушкин, Н.И. Менеджмент туризма : учебное пособие / Н.И. Кабушкин. – Минск : БГЭУ, 1999. – 644 с.
2. HRPortal [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hr-portal.ru/article/zarubezhnyy-i-rossiyskiy-opyt-upravleniya-motivaciey-personala>. – Загл. с экрана.
3. Агентство тренингов «Парадигма» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prgma.ru/zarubezhnyj-opyt-motivacii-personala-ili-kak-motiviruyut-personal-za-rubezhom/>. – Загл. с экрана.
4. Элитариум 2.0 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.elitarium.ru/2010/10/22/zarubezhnyjj\\_opyt\\_motivacii\\_truda.html](http://www.elitarium.ru/2010/10/22/zarubezhnyjj_opyt_motivacii_truda.html). – Загл. с экрана.

## ПРИМЕНЕНИЕ ПРОДУКТОВ ПАНТОВОГО ОЛЕНЕВОДСТВА В КОМПЛЕКСНОЙ РЕАБИЛИТАЦИИ ТУРИСТОВ С ЗАБОЛЕВАНИЯМИ ОПОРНО-ДВИГАТЕЛЬНОГО АППАРАТА НА АЛТАЕ

Бодрова К.В.– студентка, Панин Е.Л. – к.м.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Уникальным и незаменимым средством, в котором сосредоточена целительная сила и жизненная энергия, является пантокрин, который служит основой в пантолечении. Пантовые продукты вырабатываются в мараловодческих хозяйствах. Панты – это неокостеневшие, покрытые кожей с шерстью рога оленей – благородного (марал, изюбрь) и пятнистого. Используются для приготовления стимулирующего лекарственного средства пантокрина.

Основным свойством пантовых препаратов является способность оптимизировать

энергетические процессы, происходящие в организме. Организм при помощи пантовых препаратов восстанавливает сам себя. Врачами различных специальностей уже давно было отмечено несомненное влияние общего тонуса организма на течение и исход различных заболеваний. Поэтому повышение общего тонуса организма не только облегчает, но до известной степени может даже и предупреждать развитие ряда болезней.

Лечение пантовыми препаратами включает в себя: пантовые ванны, пантовые укутывания, пантовые капсулы, настойки, пантовые таблетки, слайсы из рогов оленей.

В традиционной восточной медицине панты используются для лечения и оздоровления людей в течение более 2000 лет. Панты были включены в китайскую медицинскую фармакопею ещё в 168 году до нашей эры.

Исследованиями ряда ученых в Канаде, США, Франции, Норвегии была также подтверждена высокая эффективность пантовых препаратов при лечении заболеваний костей и суставов, иммунодефицитных состояний, малокровия, травм, половых дисфункций. Всё это привело к тому, что с 70-х годов XX века в ряде стран (Канада, США, Новая Зеландия, Австралия) стало интенсивно развиваться пантовое оленеводство, заготавливаться панты и производиться и разрабатываться собственные препараты.

В современном Китае различные части оленя входят в состав 76 видов таблеток. В современной Южной Корее рынок пантов оценивается ежегодно в более 1 млрд. долларов США, существует 18 видов лекарств с использованием пантовой продукции.

До 70-х годов XX века международный рынок пантопродуктов был разделен между СССР, Китаем и Южной Кореей. Однако, уже начиная с 1980-х годов на мировой рынок, пришло осознание прибыльности ведения пантового хозяйства — спрос на панты и диетическое мясо, а также высокая рентабельность. Главными продуцентами и поставщиками пантов на мировой рынок являются Новая Зеландия (500 тонн/год), Китай (400 тонн/год), Россия (100 тонн/год), США (50 тонн/год) и Канада (30 тонн/год). Почти 90% всей пантовой продукции потребляет Корея. Россия, экспортирует панты в Южную Корею, Японию, Сингапур, Гонконг, Таиланд. Качество российских пантов на мировом рынке самое высокое.

В странах Юго-Восточной Азии панты реализуются в розничной торговле в консервированном виде без дополнительной обработки. Поэтому каждая семья, покупая пант или часть его, готовит из него различные лекарства или в виде порошка подмешивает в различные блюда.

В народной медицине Китая и Южной Кореи принято употреблять слайсы (чипсы) из пантов непосредственно внутрь подобно конфетам - леденцам, медленно рассасывать, вытягивать полезные вещества.

В России в качестве сырья для приготовления пантовых препаратов обычно используют неокостеневшие рога полудиких оленей, находящихся в естественной среде обитания, контролируемой человеком.

В последние три десятилетия исследование пантов в России не прекращалось, разрабатывался пантокрин для инъекций, изучалась пантовая мука, порошок пантов, варочная пантовая вода. В 2005 г. был разрешен к производству пантокрин в таблетках. В 2002 г. сравнительные биохимические исследования пантов русских маралов и новозеландских оленей показали, что по абсолютному большинству микроэлементов российские панты превосходят новозеландские.

Наиболее объективным интегральным показателем лечебной эффективности пантов является их цена на мировом рынке. Панты алтайского марала многие годы ценились в 1,5 — 2 раза дороже любых других (новозеландских, американских, корейских, китайских) пантов и в 10 — 12 раз дороже рогов северного оленя, лося.

В настоящее время Алтай - один из самых передовых регионов в мире по пантовому мараловодству. И то, что на Алтае уже появились переработчики продукции мараловодства, проводятся инновационные разработки, международные конференции, что дает надежду на дальнейшее развитие данной отрасли хозяйства.

На первое апреля 2014 года в Республике Алтай насчитывалось 84000 маралов и 6300 пятнистых оленей, добывается 141,5 тонн пантов. Республика Алтай в мараловодстве занимает лидирующее место в Российской Федерации.

Целью нашей работы было изучение применения продуктов пантового оленеводства в комплексной реабилитации туристов с заболеваниями опорно-двигательного аппарата на Алтае, на примере мараловодческого хозяйства СПК «Кайтанак».

В результате нашего исследования были получены следующие результаты:

1. Проанализированы основные подходы в применении продуктов пантового оленеводства в России и за рубежом.

2. Изучены основные подходы в применении продуктов пантового оленеводства в СПК «Кайтанак», и выявлены существующие проблемы.

3. Разработан и внедрен новый эффективный лечебный комплекс с применением продуктов пантового оленеводства для мараловодческого хозяйства СПК «Кайтанак».

4. Предложен апробированный и скорректированный комплекс с применением продуктов пантового оленеводства для мараловодческого хозяйства СПК «Кайтанак».

Изучив данные о применении продуктов пантового оленеводства в мараловодческом хозяйстве СПК «Кайтанак» были выявлены некоторые проблемы: на предприятии отсутствует комплексный подход в применении продуктов пантового оленеводства, требуется повысить уровень приема туристов и их размещение. Перед приемом пантовых ванн отдыхающим назначался лишь душ.

В результате проведенного анкетирования были получены следующие данные: возраст отдыхающих туристов был (от 10 - 15 лет - у 15 %, от 15-30 лет - у 35%, от 35 - 60 лет - у 30%, от 60 лет - у 20%). Отдыхающих туристов с заболеваниями опорно-двигательного аппарата было 59 %, с целью общего оздоровления ванны принимали 26% отдыхающих, а с целью ознакомления - 15 %. В основном все отдыхающие остались довольны процедурой и отметили положительный эффект - (78%), и только 22% отдыхающих не заметили существенной разницы в состоянии здоровья, после приема процедур.

В результате проведенного нами исследования, был предложен оздоровительный комплекс для туристов с заболеваниями опорно-двигательного аппарата, с применением продуктов пантового оленеводства. Комплекс состоит из пантовых ванн, бани, контрастного душа, приема витаминов и обертываний с пантовым отваром. Лечебный курс рассчитан на 10-12 дней.

Под нашим наблюдением находилось 20 туристов с заболеваниями опорно-двигательного аппарата, которым был назначен и проведен данный комплекс. После повторного анкетирования данной группы отдыхающих были получены следующие положительные результаты:

- уменьшение болей в суставах и мышцах;
- повышение работоспособности;
- улучшение состояния кожных покровов;
- улучшение состояния сердечно сосудистой системы

Так же нами были разработаны и предложены рекомендации по улучшению инфраструктуры оздоровительного центра мараловодческого хозяйства, с целью улучшения качества обслуживания и привлечения туристов.

Список использованных источников и литературы:

1. Злобина, Т.И. Целительные силы Алтая: Путеводитель / Н.А.Фролов. – Барнаул.: Пять плюс, 2009. – 49с.

2. Википедия. Свободная энциклопедия [Электронный ресурс] /Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Панты> – Загл. с экрана.

3. Altaipant.ru. Панты и препараты из них [Электронный ресурс] /Режим доступа: <http://altaipant.ru/node/92> – Загл. с экрана.

4. Meatinfo. Алтайский край. Пантовое оленеводство и мараловодство [Электронный ресурс] /Режим доступа: <http://barnaul.meatinfo.ru/news/altayskiy-kray> – Загл. с экрана.

## УПРАВЛЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА

Бояджан Н.А. – студент, Хомякова О.В. – к.э.н., доцент  
Алтайский филиал Российской Международной Академии Туризма

Транспорт – одна из важнейших составных частей материальной базы экономики любой страны. С давних времён транспорт является двигателем прогресса. Человек использовал любые подручные средства для перевозки людей и грузов. С изобретением колеса, а несколько позже и различных типов двигателей, человек стал соответственно развивать и средства передвижения: повозки, кареты, паровозы, самолёты и т.д. Это позволяло совершать поездки на большие расстояния и с различными целями.

Согласно статистике темпы роста популярности авиатранспорта выше, чем автотранспорта, что обуславливается все большим расширением географии путешествий и существующей устойчивой тенденцией к сокращению сроков путешествия в пользу их частоты (рост краткосрочных туров на дальние расстояния). Все это вызывает пристальное внимание туристского бизнеса к авиационным перевозкам. Самолеты - самый популярный вид транспорта в мире. Это же можно сказать и об авиаперевозках в туризме. И этому есть ряд причин:

- во-первых, авиация - самый быстрый и удобный вид транспорта при переездах на дальние расстояния;
- во-вторых, сервис на авиарейсах в настоящее время имеет привлекательный для туристов вид;
- в-третьих, авиационные компании напрямую и через международные сети бронирования и резервирования выплачивают туристским агентствам комиссионные за каждое забронированное в самолете место, мотивируя их тем самым выбирать авиаперевозки.

Воздушный транспорт является одной из наиболее быстро и динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства и с каждым годом занимает все более прочные позиции в общемировой транспортной системе.

Систему международного воздушного транспорта составляют не только международные авиаперевозчики и аэропорты, но и государства, связанные международными воздушными линиями и обеспечивающие эти сообщения, а также международные организации в области воздушного транспорта, принимающие меры к обеспечению его эффективного функционирования и безопасности.

Сеть международных перевозок в настоящее время охватывает все географические регионы и более 150 государств мира.

Сейчас в мире насчитывается более 1400 авиакомпаний. В среднем в год на авиарейсах перевозится около 1,5 млрд человек. Международные воздушные сообщения обеспечивают сейчас свыше 470 перевозчиков, около 250 из них совершают международные регулярные авиарейсы. В обслуживании международных воздушных сообщений участвуют свыше 1 тыс. аэропортов мира, около 650 из них обслуживают международные регулярные авиаперевозки

Крупнейшими авиакомпаниями мира по количеству перевозок считаются американские «Delta Air lines», «Pan Amerikan», «United», французская «Air France», немецкая «Lufthansa», британская «British Airways» и др. Крупной авиакомпанией считается российский «Аэрофлот»

Воздушный транспорт регулируется тремя способами: [1]

- 1) национальное регулирование - лицензирование авиаперевозчиков, работающих как на внутренних, так и на международных маршрутах;
- 2) межправительственное регулирование - когда регулярные воздушные маршруты основываются на соглашениях между правительствами соответствующих стран;

3) международное регулирование - когда тарифы на регулярные авиарейсы устанавливаются (для членов авиалиний) на основе взаимных договоров между участвующими авиакомпаниями при посредничестве Международной ассоциации воздушного транспорта (ИАТА) или третьего лица.

Вывод: Перемещение представляет собой наиболее характерную черту туризма, а транспорт, обеспечивающий это перемещение, является важнейшей отраслью, оказывающей услуги туристского типа. Без транспорта нет туризма, если не говорить о пеших экскурсиях и походах, ограниченных как числом туристов, так и расстоянием.

Наибольшее количество туристов, особенно путешествующих на дальние расстояния, пользуются услугами авиации.

Системы международного воздушного транспорта составляют не только международные авиоперевозчики и аэропорты, но и государства, связанные международными воздушными линиями и обеспечивающие эти сообщения, а также международные организации в области воздушного транспорта, принимающие меры к обеспечению его эффективного функционирования и безопасности.

Таким образом, можно сделать вывод, что авиационный транспорт необходим в туризме, потому что это более удобный, комфортабельный и высокоскоростной транспорт.

## РЕКРЕАЦИОННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ОСНОВНЫХ КУРОРТНЫХ РЕГИОНОВ РОССИИ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ОТДЫХА РОССИЙСКИХ ТУРИСТОВ

Бугрина И. Н. – студент, Панин Е.Л. – к.м.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Оздоровительный туризм является очень важным видом туризма, поскольку в его основу положена забота о здоровье человека как главной ценности жизни. Целью оздоровительного туризма является профилактика здоровья и отдых.

В настоящее время во всем мире наблюдается тенденция к осознанию значимости здорового образа жизни. Очень важной в системе ценностей стала забота о здоровье, повышении жизненной активности. Всё больше людей стремятся поддерживать хорошую физическую форму.

В доступной нам литературе мы не нашли достаточно подробных данных и исчерпывающей информации о рекреационных возможностях основных курортных регионов России для организации оздоровительного отдыха [2,3].

Мы решили составить рейтинг наиболее рекреационно-ценных курортных регионов России для организации оздоровительного отдыха.

В ходе исследования мы проанализировали организацию оздоровительного отдыха в 25 основных курортных регионах России и составили рейтинг этих курортных регионов, с точки зрения рекреационной ценности.

По данным литературных источников, научных исследований Крымского республиканского НИИ физических методов лечения и медицинской климатологии им. И. М. Сеченова и многолетних данных кафедры «Сервис и Туризм», нами были разработаны критерии для оценки рекреационных возможностей курортов в основных регионах Российской Федерации. Курорты Российской Федерации, и их возможности для организации оздоровительного отдыха, оценивались в баллах от 1 до 10 по десяти основным показателям. Кроме того, мы учитывали степень значимости и важности каждого из выбранных нами критериев (коэффициент ранжированности от 0,5 до 0,9).

Особое значение для анализа возможности организации оздоровительного отдыха имели такие факторы, как месторасположение региона (географическое положение, с какими странами граничит, удаленность от Центральной России, протяженность, время перелета), климатические условия (средние температуры, количество солнечных дней, количество



осадков), наличие природных лечебных факторов (минеральные воды, лечебные грязи, море, горный воздух, наличие озер), наличие в данном регионе курортов (санаториев и профилакториев; SPA-центров), возможности оздоровительного отдыха в данном регионе для различных групп рекреантов.

Для разработки рекомендаций по такому критерию как, возможности оздоровительного отдыха в регионе для различных групп рекреантов в зависимости от сезона года и их состояния здоровья, мы использовали группировку рекреантов по термочувствительности, разработанную Крымским республиканским НИИ физических методов лечения и медицинской климатологии им. И. М. Сеченова [4].

В результате оценки туристско-рекреационных возможностей основных курортных регионов России, популярных среди российских туристов, нами были выделены наиболее ценные регионы для различных видов рекреации. Исходя из полученных данных, нами был составлен рейтинг наиболее популярных регионов России по туристско-рекреационной привлекательности и организации оздоровительного отдыха (таблица 1) [1].

Таблица 1

Рейтинг популярных российских регионов по туристско-рекреационным возможностям, для организации оздоровительного отдыха

Регионы	Показатели значимости										
	0,7	0,9	0,9	0,6	0,7	0,5	0,5	0,5	0,6	0,8	-
Критерии	Месторасположение	Климатические условия курортной местности	Наличие природных лечебных факторов	Количество туристов и отдыхающих с оздоровительными целями	Наличие курортов	Эстетическая ценность	Уровень развития инфраструктуры	Уровень безопасности	Перспективность развития, инвестиционная привлекательность	Возможность оздоровительного отдыха	Общее количество баллов
Анапа	7	7,2	9	6	7	4,5	4,5	4,5	6	6,4	62,1
Сочи	6,3	7,2	8,1	6	7	4	4,5	4	6	6,4	59,5
Геленджик	6,3	8,1	9	4,5	6,3	3,5	3,5	4,5	5,4	6,4	57,5
Республика Башкортостан	4,9	6,3	6,3	3,6	5,6	4	3,5	4	4,8	5,6	56,1
Республика Крым	6,3	8,1	7,2	4,8	5,6	4,5	3	3,5	4,2	7,2	54,4
Ейск	5,6	7,2	7,2	3	5,6	4	4,5	4,5	5,4	7,2	54,2
Кавказские минеральные воды	5,6	8,1	8,1	4,8	5,6	3,5	4,5	2,5	4,8	5,6	53,1
Ленинградская область	7	5,4	6,3	6	5,6	5	4,5	2,5	4,8	5,6	52,7
Пятигорск	5,6	8,1	9	4,2	6,3	3,5	3	3	4,2	5,6	52,5
Московская область	7	5,4	6,3	5,4	5,6	4,5	5	2,5	6	4,5	52,2
Кисловодск	4,9	7,2	7,2	4,8	6,3	4,5	4	3	4,2	5,6	51,7

Железноводск	5,6	8,1	8,1	4,2	6,3	3,5	3	3	4,2	5,6	51,6
Новгородская область	6,3	7,2	7,2	4,2	4,9	4,5	3,5	3,5	4,2	5,6	51,1
Ессентуки	4,9	8,1	7,2	4,2	5,6	3	4	3	4,2	5,6	49,8
Туапсе	5,6	7,2	6,3	4,8	5,6	3	4	3	3,6	6,4	49,5
Новосибирская область	4,9	6,3	6,3	3,6	5,6	3,5	4	3	5,4	5,6	48,2
Алтайский край	4,9	6,3	7,2	3,6	5,6	3,5	3,5	2,5	5,4	5,6	48,1
Тверская область	6,3	5,4	6,3	4,8	4,9	3,5	4	2,5	3,6	5,6	46,9
Иркутская область	3,5	4,5	8,1	4,2	5,6	3,5	3,5	3,5	4,2	5,6	46,2
Республика Карелия	6,3	4,5	5,4	4,2	4,2	4,5	4	3	4,8	4,8	45,7
Челябинская область	4,9	6,3	5,4	3,6	4,9	3,5	4	2,5	4,8	5,6	45,5
Калининградская область	4,9	7,2	5,4	4,2	4,9	3,5	4	3,5	4,2	3,2	45
Приморский край	4,2	5,4	7,2	3,6	4,9	3	3	2,5	4,8	6,4	45
Омская область	4,9	4,5	6,3	4,2	4,9	4	3,5	2,5	5,4	3,2	43,4
Свердловская область	4,2	4,5	6,3	3	4,2	4	4	3	4,2	5,6	43
Тюменская область	4,2	4,5	6,3	3	4,2	4	4	3	4,2	5,6	43
Республика Бурятия	2,8	3,6	6,3	3	4,9	5	2,5	4	4,2	4	40,3
Кемеровская область	4,9	5,4	4,5	4,2	3,5	3,5	3,5	2,5	4,2	4	40,2
Тульская область	4,2	4,5	4,5	4,8	3,5	3	3,5	3,5	3,6	4,8	39,9
Костромская область	4,2	4,5	4,5	4,2	3,5	3,5	3,5	3,5	3,6	4,8	39,8
Пермский край	4,2	4,5	7,2	2,4	4,9	3,5	3,5	2	3,6	4	39,8
Хабаровский край	4,2	4,5	5,4	3,6	4,2	3	3	2,5	4,8	3,2	38,4
Республика Хакасия	2,8	4,5	5,4	2,4	4,2	4	2,5	4	3,6	4	37,4
Томская область	4,2	4,5	4,5	2,4	3,5	3,5	3	4	4,2	3,2	37
Камчатский край	1,4	4,5	8,1	3	4,9	4,5	1	2	3	3,2	35,6
Сахалинская область	1,4	3,6	4,5	1,8	4,2	4	2,5	2,5	4,2	2,4	31,1

Среди проанализированных нами 25 основных курортных регионов России для организации оздоровительного отдыха, наибольшее количество баллов (от 62,1 до 49,5) набрали такие регионы как Краснодарский край, Ставропольский край, Ленинградская область, Московская и Новгородская области. Эти регионы России обладают, в первую очередь, большими и разнообразными запасами природных лечебных факторов, имеется большое количество санаторно-курортных учреждений высокого уровня, имеют благоприятные климатические условия и удобное расположение, что дает хорошие возможности для отдыха. Кроме того, эти регионы обладают хорошей инвестиционной привлекательностью. И самое главное, они близко расположены к Центральной части России.

Следующая группа регионов, набравшая меньшее количество баллов (от 49,8 до 40,3), представлена следующими курортными районами: Новосибирская область, Алтайский край, Тверская область, Иркутская область, Республика Карелия, Челябинская область, Приморский край, Омская область, Свердловская область, Республика Бурятия. Курорты данных регионов располагают хорошими запасами природных лечебных ресурсов и достаточным количеством курортов, санаториев, оздоровительных и лечебных центров. В регионах хорошо развита инфраструктура, очень мало факторов, представляющих угрозу для жизни и здоровья людей. Климатические условия достаточно благоприятные.

Наименьшее количество баллов (от 39,9 до 31,1), в результате оценки рекреационных возможностей, набрали такие регионы как Тульская, Костромская, Томская, Сахалинская области, Пермский, Хабаровский, Камчатский края и Республика Хакасия. Эти регионы имеют неудобное географическое положение, неблагоприятные для рекреации климатические условия, невысокий уровень развития инфраструктуры, а также являются регионами с низкой инвестиционной привлекательностью. При всём этом, регионы обладают уникальными природными лечебными факторами и курортами, что делает их популярными.

#### Список использованных источников и литературы

1. Бокша, В.Г. Медицинская климатология и климатотерапия / В.Г. Бокша, Б.В. Богущкий. – Киев, 1980. -318 с.
2. Ветитнев, А.М. Курортное дело: учеб. пособие для вузов по специальности 100103 «Социально-культурный сервис и туризм»/А.М. Ветинский, Л.Б. Журавлева. – М.: КНОРУС,2006. -527 с.
3. Панин Е.Л. Индустрия оздоровительного отдыха в России и за рубежом: учебное пособие по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» для студентов специализации «Курортное дело» / Е.Л. Панин. – Барнаул: «Мастер Принт», 2006 – 385 с.
4. Северов, М. Медицинский туризм, оздоровительный отдых в России и лечение в санаториях становятся все более востребованными и популярными среди платежеспособных россиян [Электронный ресурс]. / М. Северов. – Режим доступа: <http://www.spbgid.ru/index.html>. – Загл. с экрана.
5. О курортах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ladatour.ru/cure.html>. – Загл. с экрана.

## РЕСУРСЫ И ПРЕДПОСЫЛКИ К РАЗВИТИЮ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Данин К. – студент, Евстигнеева О.В. – доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В мировой практике социальный туризм представляет собой эффективный инструмент социальной политики. Основной целью развития данного вида туризма является предоставление широкому кругу лиц, в том числе с низким уровнем доходов, возможности пользоваться туристскими услугами.

Концепция социального туризма включает в себя три основополагающих принципа:

- обеспечение отдыха всех и каждого члена общества;
- субсидирование туризма малоимущих;
- активное участие центральных правительственных, муниципальных, общественных и коммерческих структур в его развитии.

Интересен зарубежный опыт в области поддержки социального туризма. Примером высокого уровня развития массового социального туризма может служить опыт индустриально развитых стран. Так, по данным ЮНВТО, государственное финансирование национальных туристских администраций и основных программ социального туризма реализуется во Франции (Национальное агентство отпускных чеков), в Испании (действует Программа «Ту-

ризм для старшего поколения»), в Великобритании (Программа «Семейный отдых»), в Венгрии (применяется система отпускных чеков), в Чехии (Программа «Путешествия без барьеров»), в Италии (учрежден Оборотный фонд туристских ссуд и сбережений). В зарубежных странах правом социального туризма пользуются многочисленные категории населения: инвалиды, пенсионеры, безработные, многодетные семьи, школьники и студенты, граждане с низким уровнем доходов и др.

В советское время социальный туризм рассматривался как неотъемлемая часть политики. Туристские услуги предоставлялись на основе принципа: совместно потребляемое общественное благо, распределяемое через центральные органы управления. Система советского типа социального туризма базировалась на всеобщем равном доступе к туристским услугам. Социальная составляющая заключалась в том, что через профсоюзные комитеты предприятий и учреждений частично или полностью оплачивался отдых работников и членов их семей.

В настоящий момент более чем в 50 субъектах Российской Федерации приняты разнообразные специальные законы, регулирующие общественные отношения в сфере туризма, которые устанавливают правовые основы деятельности в сфере туризма, определяют приоритетные направления развития туризма и имеют своей целью создание благоприятных условий для развития туризма, определяют меры государственной поддержки.

Большое значение развитию социального туризма в России, уделяется в Законе Краснодарского края от 15 июля 2005 г. № 888-ФКЗ «О государственной поддержке санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края», в котором установлены нормы финансовой поддержки социального туризма. В соответствии с ними такая поддержка за счет средств краевого бюджета оказывается в форме субсидий на частичную оплату путешествий проживающих на территории Краснодарского края:

- детей-сирот и воспитанников школ-интернатов, детей, оставшихся без попечения родителей;
- детей из многодетных и неполных семей;
- инвалидов и пенсионеров;
- лиц, подвергшихся воздействию радиации вследствие катастрофы на Чернобыльской АЭС и других радиационных аварий и катастроф.

По инвестиционным показателям и поддержке со стороны государства Алтайский край, не уступает Краснодарскому. Поэтому у Алтайского края есть все возможности стать новатором в части социальных законопроектов на территории Сибирского региона.

Остановимся на ресурсах, которые позволили бы внедрить социальный закон в туристскую деятельность края:

- Природные ресурсы, лечебный климат.

Алтайский край отличается разнообразием ландшафтов. Степи сменяются ленточными борами, реки – горными массивами.

Основные курортные ресурсы края — это климат (обилие солнца, повышенная прозрачность воздуха и высокая степень его ионизации), минеральные воды (сульфатно-хлоридно-натриевые, а также хлоридно-сульфатные, магниевые-натриевые и кальциево-натриевые с минерализацией от 2 до 10 г/л), иловые грязи.

- Культурно-исторический потенциал.

Алтайский край на протяжении многих веков являлся символом рудного богатства России. Достопримечательности Алтайского края связаны как с развитием промышленности в XVIII веке, так и с гражданской войной, освоением целины, жизнью космонавтов Г. С. Титова (музей космонавтики в с. Полковниково), В. Г. Лазарева (с. Порошинь), писателя, режиссера и актера В. М. Шукшина (с. Сrostки — родина писателя, здесь ежегодно проводятся литературные праздники).

- Большое количество социально-неблагополучного населения, людей, подвергшихся воздействию радиации.

И не смотря на всё природное и историко-культурное богатство, Алтайский край

является регионом экологического неблагополучия (РЭН) в связи с воздействием Семипалатинского ядерного полигона. Радиационное воздействие на отдельные районы Алтайского края оказывались малыми дозами в течение длительного временного периода (1949 – 1963) преимущественно воздушным путем. Поэтому государство на федеральном уровне контролирует развитие общих социальных актов на территории края. Главной особенностью социальной политики в Алтайском крае является дополнительная организация и расширение социальных услуг населению, в первую очередь психологических, социологических, социально-педагогических, социально-защитных.

Список использованных источников и литературы:

1. Социальный туризм как объект особого правового регулирования [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://isfic.info/netka/lasham03.htm>. – Загл. с экрана.
2. Правовые акты Алтайского края [Электронный ресурс] / Режим доступа: [http://alttur22.ru/zakonodatelstvo/pravovye\\_akti\\_altajskogo\\_kraya/](http://alttur22.ru/zakonodatelstvo/pravovye_akti_altajskogo_kraya/). – Загл. с экрана.

## ОСОБЕННОСТИ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА НА ВОСТОКЕ КИТАЯ

Джан Дахан (Китай) – студент, Бовтун В.С. – д.и.н., профессор

Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова (г.Барнаул)

Уже на протяжении многих столетий на весь мир известна необычная, но очень эффективная и таинственная китайская медицина, традиции которой строго соблюдаются в течении тысячелетий. Сегодня множество туристов едут в Китай как раз для того, чтобы поправить здоровье и просто для профилактики различных заболеваний. На лечение в Китае едут и тяжелобольные люди, которые надеются излечиться методами китайских лекарей. А отзывы о лечении в китайских санаториях и лечебницах звучат самые положительные.

Китайские медики лечат болезни желудочно-кишечного тракта, легочные, дерматологические и урологические заболевания, помогают при ревматизме, остеохондрозе и гипертонии. Лечат иглотерапией, лечебным точечным массажем, растениями и водными процедурами.

Главная и важнейшая особенность китайской медицины, которая отличает ее от западных методов лечения - комплексный подход к оздоровлению и индивидуальная программа. Здесь никогда не ограничиваются общей диагностикой и назначением обычного курса лекарственных препаратов, как принято в большинстве других стран.

Для начала Вы пройдете полную диагностику. Лекарь никогда не начнет Вас лечить от болезни, которую определил не он. Человеческий организм медики рассматривают как единое целое, где все взаимосвязано. Вас не станут лечить от одного какого-то недуга, устраняя симптомы заболевания. Цель китайской медицины - оздоровление организма в целом, восстановление жизненной энергии Ци, которая сохраняет здоровье, устранение первопричин заболевания совместно с облегчением симптомов. Лечение в Китае основано на очень древнем и мудром понимании самой сути этого процесса, которое не одну тысячу лет дает положительные результаты.

Основа всех методов лечения, которые предлагают медики Китая - здоровый образ жизни, правильное питание, диета (всегда подобранные индивидуально в соответствии с состоянием организма, а также характером пациента), гимнастика и благотворные условия для лечения - никаких шумных городов, работы, городской пыли. Совместно с этими основными составляющими в процессе лечения применяются один или несколько видов воздействия на организм. Среди них: акупунктура (один из самых популярных методов), грязелечение и посещение термальных источников, ароматерапия и вакуумная терапия (известное всем лечение банками), фитотерапия и различные виды массажа, иглоукальвание, практикующееся более трех тысяч лет, и прижигания, делающиеся полынной сигарой, которые также используются уже несколько тысяч лет.

Вот небольшой перечень тех болезней, лечение которых наиболее эффективно в Китае:

- заболевания опорно-двигательного аппарата (остеохондроз, остеопороз, артроз, артрит, миофасциальные синдромы);
- заболевания сердца (ишемическая болезнь сердца, стенокардия, нарушение сердечного ритма, постинфарктный кардиосклероз, недостаточность кровообращения I и II степени);
- сосудистая патология (атеросклероз сосудов, гипертоническая болезнь I и II степени, ангиопатия (диабетическая и атеросклеротическая), варикозное расширение вен, хронический флебит);
- сахарный диабет (неинсулинозависимый, полинейроангиопатия);
- заболевания органов дыхания (хронический ринит, тонзиллит, ларингит, хронический бронхит, хроническая пневмония, бронхиальная астма);
- ЛОР заболевания;
- болезни желудочно-кишечного тракта (гастрит, колит, дискинезия желчно-выводящих путей, панкреатит, холецистит, хронический гепатит);
- заболевания почек и мочевыводящих путей (мочекаменная болезнь, хронический пиелонефрит, хронический гломерулонефрит, цистит);
- заболевания половой сферы (хронические воспалительные заболевания половых органов мужчин и женщин, мужское и женское бесплодие, импотенция);
- анемия;
- последствия нарушений мозгового кровообращения (восстановление работоспособности и жизненной активности);
- заболевания кожи (псориаз, экзема, дермиты);
- витилиго - заболевание, которое официальной медициной не лечится, но древние китайские методы траволечения помогут Вам восстановить гормональный баланс организма, в том числе восстановление выработки гормона печени - меланина;
- общее очищение и омоложение организма, которое проходят практически все, приехавшие к нам в оздоровительный комплекс.

На побережье Китая находится много привлекательных с точки зрения оздоровительного туризма мест. Рассмотрим некоторые из них.

Далянь - это город прошлого, сохранивший в себе культуру древнего Китая в сочетании с японской и русской культурами. Далянь привлекает туристов своими песчаными и галечными пляжами протяженностью более 900 км, чистой морской водой для купания, прекрасными тенистыми парками и скверами, культурными минеральными источниками. Наиболее крупными лечебными центрами Даляня являются: «Горизонт», «Побережье Золотой камень», «Конкорд», «Шеньгу», Японская водолечебница, санаторий "Соната, "лечебно-оздоровительный центр "Ракушка".

На самом юге Китая находится остров Хайнань - природный кладезь для всех желающих отдохнуть и оздоровиться - находится всего в 4-х часах лета от Пекина. В 2000 году его посетило более 200 000 туристов со всего мира. Власти острова успешно реализуют амбициозный проект по превращению Хайнаня в «Восточные Гавайи». В двух бухтах острова - Ялонг Бэй и Дадунхай уже действует сеть прекрасно оснащенных пятизвездочных отелей, представляющих практически все мировые отельные цепочки.

В центре «Сад Долголетия», на острове Ханань, оказывают не только медицинские услуги. Здесь предлагают и лечебно-оздоровительные программы. Это - реабилитационный массаж, традиционно-китайский аромамассаж, расслабляющий массаж лица, релаксационно-точечный массаж стоп. Фирменной процедурой центра всегда были и остаются фито-парные лечебные массажи на основе 6 экстрактов трав (от простуды, стимулирующие иммунитет, успокоительный, антиревматический, для похудения и стимулирующий потенцию). Фито-массажи особенно результативны при лечении остеохондроза, ревматизма, болезней суставов, полиартрита, а также заболевания сердечно-сосудистой системы. В целом, если позволяет время, то оптимальная продолжительность курса лечения - 21 день, минимальная же - 12 дней.

В Mandara SPA Sheraton Sanya со всего света собран букет самых изысканных процедур для оздоровления, омоложения и возрождения красоты: здесь можно заказать тайский массаж, редкий гавайский массаж Ломи Ломи, релаксирующий и возрождающий тело, и популярный в последнее время массаж горячими камнями. Но основой всего по-прежнему остаются цветочный массаж, балансирующий течение энергий «Инь» и «Ян» в теле пациента, точечный массаж стоп, снимающий стрессы и активизирующий деятельность основных органов тела. Своеобразным брендом Mandara Spa является «Массаж Мандара», который выполняется двумя специалистами одновременно. В нем сочетаются элементы различных видов массажа - шиатсу, тайского, Ломи Ломи, шведского и балийского. После принятия этого комплекса люди ощущают себя как бы заново рожденными.

На Хайнане есть и центры талассотерапии, например, в отеле Resort Horizon в Ялонг Бэй, который знаменит еще и тем, что в 2004 году его гостем был российский президент В.В. Путин.

Оздоровительный центр Resort Horizon предлагает гостям обширный список процедур по уходу за телом и лицом, как в стенах отеля, так и на открытом воздухе. В его арсенале - травяные обертывания, традиционный китайский массаж, грязевое лечение, хамам, рефлекторный массаж стоп. Однако фирменным брендом стали талассотерапия и флотация. Эти процедуры подстегивают иммунную систему, ведут успешную борьбу со старением организма и стрессами. Флотации - это два часа бездвижного лежания на поверхности воды температуры человеческого тела в полной темноте и тишине. По своему эффекту приравнивается к 8 часам глубокого сна. Мягкая плавучесть (флотация) тела в кажущейся водной невесомости удваивает релаксацию, снимает спазмы и боли и надолго оставляет людям чувство блаженной nirваны.

Город Бэйдайхэ расположен на берегах Жёлтого моря в тени пальм, среди наиболее молодых и популярных в Китае. В основном сюда едут отдыхать сами китайцы из Пекина и провинции, но в последние годы Бэйдайхэ стали посещать и туристы из Европы, а также стран остального мира. Давно прошли те времена, когда Китай считался закрытым государством. В современных экономических условиях Поднебесная является одним из лидеров мировой туристической индустрии. Многие курорты страны великолепно оснащены и подготовлены к приему отдыхающих. Бэйдайхэ является лишним подтверждением этому. Сами китайцы любят Бэйдайхэ прежде всего за возможность отдохнуть в спокойствии и тишине, здесь почти полностью отсутствует суэта больших городов, этим город и отличается от мегаполисов страны. Бэйдайхэ популярен не только среди китайцев, русские туристы уже успели облюбовать этот популярный в Китае курорт, особенно предпочитают проводить свой отпуск россияне из Сибири и Дальнего Востока из-за близости, и возможности быстро добраться. Здешние песчаные пляжи хорошо оборудованы, а побережье буквально пестрит от обилия комфортабельных, современных отелей, большинство из которых имеют традиционный восточный облик. В последние годы приток туристов на берега Бэйдайхэ сильно увеличился, вследствие чего номера в отелях следует заказывать заблаговременно, тем более что китайцы народ щепетильный и ответственный. Если подготовиться к поездке заранее, то отдых наверняка пройдет качественно и без проблем.

Кухня в Бэйдайхэ отличается разнообразием и традиционным восточным колоритом. Наиболее популярные рестораны города расположены на улице Бао Эр Лу. Особенностью местных заведений является присутствие в каждом кафе или ресторане специального аквариума, в котором плавает различная живность, предлагаемая в качестве меню. Не нужно в совершенстве знать китайский, чтобы указать на заинтересовавшую вас морскую особь и через несколько минут увидеть её перед собой на столе. Помимо традиционной китайской кухни здесь есть и европейская. В городе нашлось место даже «Макдональдсам», которые, как и во всех странах мира пользуются в Китае большой популярностью.

Природным лечебным фактором в Бэйдайхэ является микроклимат. Главное богатство этих мест - подземные теплые источники азотно-радоновой воды, обогащенной уникальными солями, являющиеся чудодейственным бальзамом для лечения многих заболеваний.



Отельная база Бэйдайхэ не большая, здесь Вы не найдете отели 5\*. В основном это отели категории 3-4\*, расположенные в различной удаленности от моря от 20 до 500 метров, дорога до которого ведет по красивым зеленым аллеям и паркам. Но даже в таких недорогих отелях есть все для максимально комфортного отдыха: и теннисные корты, и спорт залы, столы для пинпонга, а также салоны массажа и многое другое. Для размещения туристов предлагаются не только основные корпуса, но и коттеджи.

Таким образом, уникальные природные лечебные факторы и мастерство китайских медиков привлекает все больше зарубежных туристов.

## СТАТИСТИКА СУДЕБНЫХ ПРОЦЕССОВ БАНКРОТСТВА ТУРОПЕРАТОРОВ РОССИИ

Желиба К. – студент, Евстигнеева О.В. – доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Эффективность туристского бизнеса является результатом взаимодействия целого ряда факторов – внешних (на которые предприятие не может оказывать влияние) и внутренних (которые зависят от организации работы самого предприятия). Способность предприятия адекватно реагировать на изменения внешних и внутренних факторов является гарантией не только его выживания, но и процветания.

В последнее время участились случаи с банкротством турфирм, при этом были приняты определенные меры по изменению системы государственного регулирования в этой сфере.

За последние 3 года большинство компаний обанкротились так, например, в 2012 году 9 туроператоров - это «Ланта-Тур», «ИТС», «Идеальный Мир», «Вокруг света», «Эль Вояж», «Черри Тур», «Global Club», «Новый Век», «Латамерика Бизнес Групп». Из них 5 компаний выплатили все страховые гарантии туристам за не выполнение или не качественное выполнение своих обязанностей. Однако «Идеальный мир» не выплатил ничего туристам, так как были представлены в Ростуризм фальшивые документы по договору страхования с «Росгосстрах». И 2 туроператора частично выплатили страховые выплаты - «Ланта-тур» и «ИТС».

В 2013 году число обанкротившихся туроператоров по сравнению с 2012 годом меньше. Банкротами стали всего 5 туроператоров это такие как «Раена», «Синяя Птица», «Асент Трэвел», «Восточный экспресс» и «Роскурорт» из них только 2 туроператора полностью выплатили туристам финансовую гарантию это такие как «Синяя птица» и «Асент Тревел». А 3-е туроператоров это «Восточный Экспресс», «Раена» и «Роскурорт», частично выплатили компенсацию, то есть, выплатили гарантию, но только части туристов.

Список закрывшихся турфирм в 2014 году бьет все рекорды. На данный момент список разорившихся в 2014 году туроператоров и крупных турфирм, не считая множества турагентств, достиг полутора десятка компаний. Общее число, обанкротившихся с 2012 года, туроператоров уверенно приближается к тридцати. И тот факт, что почти половина из этого трехлетнего списка приходится на один 2014 год, говорит о явно критической ситуации в туристической отрасли. Причем, все они, за исключением одного туроператора, закрылись за два месяца с середины июля по середину сентября.

За два месяца - с 16 июля по 15 сентября 2014 года - о приостановке деятельности в Санкт Петербурге объявили 15 туристических компаний («Нева», «Роза ветров Мир», «Экспо-тур», «Лабиринт», «Идеал – Тур», «ИнтАэр», «Нордик стар», «Ветер странствий», «Атлас», «Санта Люция», «Авиачартер – ДВ», «Солвекс-турне», «Южный Крест», «Верса»). Пострадали десятки тысяч человек: как те, кто на момент краха компаний находились на отдыхе, так и те, кто купил, но уже не смогли воспользоваться туром. Практически у всех компаний была застрахована ответственность перед клиентами, однако рассчитывать на полное возмещение стоимости путевок не приходится: объем принятых финансовых претензий по некоторым турфирмам превышает суммы страхового обеспечения.



По результатам анализа, видно, что большинство турфирм обанкротились в 2014 году. После этого возникает вопрос: «Почему пошла волна банкротств туроператоров?»

Во-первых, действительно, падение курса рубля по отношению к Евро и Доллару на фоне снижения уровня покупательской способности населения, одна из главных причин падения спроса на отдых. Люди в большинстве своём оказались не готовы к быстро подорожавшему отдыху в Европе, потому многие переориентировались на более дешёвые долларовые направления, или на отдых на родине.

Во-вторых, Европа в начале украинского кризиса сделала большую ошибку, начав запугивать Россию санкциями и отказами в выдаче туристических виз нашим гражданам. Люди приняли эти угрозы на свой счёт, и Европа лишилась значительной части российского турпотока. Если посмотреть на направления обанкротившихся туроператоров, у всех в ассортименте были европейские страны, многие из которых оказались убыточны.

В-третьих, у туроператоров всегда были сложности с кредитованием, поскольку бизнес этот «полупрозрачный» и мало стабильный, потому банки не охотно готовы его кредитовать. В нынешние кризисные времена многим компаниям не удалось очередной раз перекредитоваться, потому мы, и наблюдаем эту череду банкротств.

В-четвёртых, последние банкротства крупных туроператоров, к примеру, «Капитал-тура» и «Ланты-тур», показали полную безнаказанность таких компаний перед законом. Никто из руководства этих компаний не сидит в тюрьме и не получил даже условного срока за сорванный тысячам туристов отдых. Поэтому мы и видим всё это беззаконие, происходящее сейчас на туррынке России. Руководство компаний было уверено, что застрявших на отдыхе туристов всё равно вывезет «Турпомощь», потому можно застраховаться в сомнительной страховой компании, собрать деньги в «высокий» летний сезон, и объявить себя банкротами, кинув при этом десятки тысяч туристов, кстати, полностью оплативших свой отдых.

Список использованных источников и литературы:

1. Судебные и нормативные акты РФ [Электронный ресурс] – режим доступа: [http://sudact.ru/regular/?utm\\_campaign=sudact&utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_content](http://sudact.ru/regular/?utm_campaign=sudact&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_content) – [Загл. с экрана](#)
2. Электронное правосудие, картотека [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://kad.arbitr.ru/>

## ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПАЛОМНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Захаров И. В. - студент, Соболева Т. Г. – к.и.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В последние годы наметилась тенденция спроса со стороны туристов на осуществление паломнических поездок. Развитию паломнического туризма в нашей стране способствует наличие множества православных святынь, низкая стоимость таких программ и потребность современного человека в духовной поддержке. В качестве организаторов паломнических поездок и экскурсий выступают в большинстве своём паломнические службы при Епархиях, в меньшей степени - туристские фирмы (в Алтайском крае турфирма «АК-тур», в Новосибирской области турфирма «Романтик»), самостоятельно организуют для своих коллективов паломнические поездки организации и предприятия. Паломнические службы функционируют в Барнаульской Епархии, широкую деятельность ведёт Епархиальная Паломническая служба «Ачаир» Омской и Тарской епархии, Паломническая служба «Горница» Кемеровской епархии, Епархиальный Паломнический Центр Новосибирской и Бердской Епархии и Представительство паломнической службы «Радонеж» в г. Новосибирск, Паломнический отдел Тобольско-Тюменской епархии «Сибирский паломник» [3]. При этом паломнические отделы Епархий крупных городов предлагают более широкий выбор туров, отличающихся как ценой, так и длительностью, программой маршрута.

Выделим основные особенности организации паломнических туров.

Одним из важных аспектов паломнических поездок являются их духовно-просветительская и общеобразовательная составляющая. В этой связи следует различать паломничество, паломнический туризм и культурно-познавательный туризм с целью знакомства с историей храмов, святых мест.

Сущность паломничества заключается в том, что верующие люди поклоняются святыням, совершают таинства, молитвенное служение и не нуждаются в дополнительном обслуживании экскурсовода, предоставлении организованных услуг питания и проживания. Паломник в большинстве случаев – это глубоко религиозный человек с уже сложившейся системой ценностей.

Паломнический туризм представляет собой туристский маршрут, который включает услуги экскурсовода, организованное питание и проживание, посещение святынь и поклонение им, молитвенное служение. В рамках паломнического тура экскурсовод презентует историко-культурную информацию о храмах, бытии святых мучеников, местах поклонения, дополнительную справочную информацию о месте пребывания. В данном случае паломнический туризм носит духовную и познавательную функцию. Целевой аудиторией паломнического туризма являются верующие люди. В паломническом туризме экскурсионно-познавательной направленности основной формой подачи материала является экскурсия. Экскурсионные услуги направлены на удовлетворение познавательных интересов туристов. К ним относятся разработка и внедрение программ экскурсионного обслуживания, организация и проведение экскурсий. Во время поездки туристы следуют по определенному маршруту, предусматривающий посещение святых мест, различных религиозных объектов в соответствии с целью поездки. В маршруте указываются пункты, посещаемые туристами. В понятие маршрута также входят транспортные коммуникации, используемые туристами для перемещения между пунктами остановок на маршруте [2; 5].

Культурно-познавательные экскурсии организуются, как правило, для нецерковных или мало воцерковленных людей, желающих познакомиться с духовной культурой и историей своей страны. Специфика таких поездок заключается в большем акценте на экскурсионную часть программы и в размещении путешественников в гостиницах, а не монастырях. Часто такие поездки играют миссионерскую роль, способствуя воцерковлению их участников [2; 5].

Можно выделить различные виды паломничества по количеству участников (индивидуальные, семейные, групповые) и продолжительности дней (однодневные, 2-3-дневные и длительные). Однодневные паломнические поездки в пределах Алтайского края совершаются в храм Иоанна Предтечи с. Сорочий Лог, Богородице-Казанский (Коробейниковский) мужской монастырь в с. Коробейниково и др. Длительные паломнические экскурсии организуются паломническими отделами и турфирмами к святыням г. Москва и Подмосковья (Троице-Сергиева лавра, Иосифо-Волоцкий монастырь, Высоцкий монастырь в Серпухове, Давидова пустынь). Достаточно популярны у паломников поездки в монастыри: в первую очередь в Оптину пустынь, к мощам Серафима Саровского в Серафимо-Дивеевский монастырь, в Нилову пустынь на озере Селигер, в Псково-Печорский монастырь [2; 3; 4].

Паломники, в отличие от обычных туристов, не притязательны к качеству обслуживания, питания и размещения. Сущность паломнического туризма предполагает постную пищу, отсутствие развлечений, ночлег в кельях монастырей, на полу в храмах или в палаточных городках на улице. Бытовые неудобства отчасти компенсируются низкой стоимостью трехразового дневного питания в монастырской трапезной. Организаторы паломнических поездок в российские монастыри учитывают и то, что большинство в формирующихся группах составляют женщины [1; 6].

Паломнические поездки связаны с посещением определенных мест, являющихся святынями: церкви, монастыри, часовни; природные объекты – святые источники, горы, реки, пещеры, озера. К таким святыням относятся, например, святой ключ в с. Сорочий Лог Первомайского района Алтайского края, гора Белуха, река Ганг в Индии. Паломнические

поездки могут быть приурочены к православным праздникам или ко дню празднования местночтимых святых. В первое воскресенье июля на праздник местночтимой иконы Божией Матери Коробейниковской (Казанской) собирается около тысячи паломников не только Алтайского края и Республики Алтай, но и всей России, и зарубежных стран.

Еще одной важной составляющей паломнических программ является благотворительная деятельность. Практически все паломнические службы перед посещением монастырей узнают об их конкретных нуждах. Эта информация сообщается паломникам. Приезжая в монастырь, паломники привозят необходимые вещи и продукты, делают денежные пожертвования. Для многих возрождающихся обителей такая поддержка, тем более осуществляемая на регулярной основе, оказывается очень существенной. [2; 5]

Другой особенностью паломнического туризма является статические данные о численности православных паломников в России. В год внутреннее паломничество осуществляют около 300 тыс. человек. Средний возраст паломников составляет 45-50 лет. Процентная доля участия молодежи невелика – 10-15%. Одним из возможных путей развития современного паломничества являются мобильные лагеря паломнической направленности, которые несут изначально познавательную цель и хорошо интегрируются в процесс воспитания и духовного развития молодежи. Участники мобильных паломнических лагерей имеют возможность познакомиться с различными жизненными укладами, убедиться, что православные верующие люди есть на Севере, на Кавказе, в Центральной России и за границей и, что он является членом Единой Церкви. [1]

В настоящее время паломничество к святым местам является для многих наших соотечественников путем к обретению веры, дорогой в Церковь. Паломничество – это часть религии и его смысл состоит в поклонении святым местам, совершении религиозного обряда, в духовном совершенствовании, получении благодати, в исцелении духовном или физическом.

Список использованных источников и литературы:

1. Мир. Человек. Слово. Паломничество на Святую Землю в XIX веке [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.mir-slovo.ru/text/12044.html> – Загл. с экрана.
2. Муравьев, А.Н. Путешествие по святым местам : учебное пособие / А.Н. Муравьев. - М.: «Книга», 1990. – 24-26.
3. Православные паломничества [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://palomniki.su/adverts.htm> – Загл. с экрана.
4. При храме св. Иоанна Предтечи открыта паломническая служба [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://prav Siberia.ru/pri-hrame-sv-ioanna-predtechi-otkry-ta-palomnicheskaya-sluzhba-grafik-poezdok/> – Загл. с экрана.
5. Христов, Т.Т Религиозный туризм : учебное пособие / Т.Т.Христов. - М.: Академия, 2003. – С. 15-17.
6. Церковь святителя Николая Чудотворца Малая Вишера Новгородская область [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://nikolochrammv.cerkov.ru/novgorodskie-palomniki-vzglyad-cherez-veka/> – Загл. с экрана.

## РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕРВИСА

Зубцов Н.С. - студент, Биттер Н. В. - к.п.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова (г. Барнаул)

Главной особенностью управления современной компанией или современного предприятия является непрерывный поиск продуктивного компромисса между интересами и целями предприятия, и его сотрудников. Формирования определенных регламентов или особых правил поведения должно быть дополнено стремлением и желанием персонала их

принять, а самое главное их выполнять. От управленцев требуются более тонкие и сложные методы управления. Для управления ситуациями и событиями на предприятии, уже недостаточно управлять поведением людей. В современное время, необходимо управлять тем, что люди думают и чувствуют, тем самым надо формировать общественное мнение и настроение. В работе с персоналом фирмы возникает потребность в создании единой системы ценностей, норм и правил, то есть организационной культуры. Она позволяет достичь эффективной работы, сосредоточиться на достижении поставленной цели фирмы и самореализоваться самим сотрудникам [2].

Рассмотрев современные подходы к понятию «организационная культура», изучив большое количество материала, мы выявили определение организационной культуры. Организационная культура – прежде всего это социальное явление, которое возникает практически на каждом предприятии, так же оно может являться системой ценностей интересов, убеждений, норм и правил, этого предприятия, которые непосредственно направлены на деятельность организации. На наш взгляд, организационная культура, это неотъемлемая часть любого предприятия, так без организационной культуры невозможно эффективное функционирование предприятия [4].

Все большее число управленцев компании приходят к выводу о необходимости целенаправленно совершенствовать организационную культуру организации. Практически каждая фирма или предприятие, которое, прежде всего, имеет разветвленную структуру управления, в процессе управления и развития, приходит к выводу о необходимости своей организационной культуры. Для этого стоит четко и ясно понимать, что такое организационная культура. В условиях современного рынка, растет число организаций с разветвленной системой управления, это объясняет современные потребности: например в расширении организации или выходе на международный уровень. Вместе с тем, низкая организационная культура многих отечественных предприятий потеряли стимул и интерес к развитию в своей сфере. Сформированная ошибочная или неправильная культура управления, явилась препятствием при проведении изменений ввиду недостаточно эффективной системы [1].

Деятельность любой фирмы или любого предприятия осуществляется в постоянно изменяющихся условиях внешней среды, которые характеризуются высокой степени неопределенности социально-политических, экономических, природно-климатических и множество других свойств и факторов. Для сохранения достигнутых целей и места на рынке, предприятие вынуждено постоянно совершенствовать организационную культуру, сравнивая ее с поставленными новыми критериями. Руководство фирмы или предприятия обязаны производить поиск наиболее рациональных решений управления, проводить систематический анализ прошлого, выявлять общие закономерности и принципы эффективного развития предприятия [6].

Основной целью организации является, успешное функционирование, и повышение эффективности организации. Успешная деятельность организации полностью зависит от организационной культуры. Многие современные управленцы, прежде всего, ставят перед собой цель создать благополучный климат в организации. Нужно создать ту атмосферу в коллективе, чтобы сотрудникам было комфортно, работать. Тем самым создавая ту организационную культуру, которая необходима организации.

Так же организационную культуру можно использовать как мотивирующий способ повышения эффективности предприятия. То есть воздействовать на организационную культуру так, чтобы повысить мотивацию сотрудников. В качестве мотивации могут выступать разные способы, начиная с денежных поощрений и заканчивая вручением определенных благодарностей. Приводя примеры мероприятий, можно рассмотреть такой пример как, ввести ритуал поощрения лучших сотрудников. Примером может служить, проведение различных конкурсов мастерства. Это с одной стороны повышение эффективности работы предприятия, а с другой у работников есть стимул к работе [3].

В настоящее время растет интерес к процессу формирования организационной культуры

в российских компаниях, а именно к исследованию системы организационных отношений. Управленцы предприятий или фирм через развитие организационной культуры стремятся достичь повышения заинтересованности сотрудников, то есть повлиять на трудовую мотивацию, сделать опорой на формирование стратегии управления персоналом и в конечном результате – на эффективность работников на предприятии [5].

Список использованных источников и литературы:

1. Бортникова Т.В., Долженко Р.А. Организационная культура как основа системы управления трудовой мотивацией персонала [Текст] // Экономика и управление. - 2007. - №4. - С. 57 - 60.
2. Юхнева Е.А., Юхнева Н.И. Организационная культура как инструмент внутреннего маркетинга [Текст] // Управление корпоративной культурой. - 2009. - №1. - С. 72 - 81.
3. Шкляревская О.В. Современные подходы к формированию организационной структуры в розничных торговых сетях [Текст] // Проблемы современной экономики. – 2009. - №28. – С. 30 – 35.
4. Чанько А.Д. Опыт диагностики организационной культуры российских компаний [Текст] // Российский журнал менеджмента. - 2005. - №4. - С. 29 - 54.
5. Харланова Л.А. Организационная культура и общие функционально-управленческие проблемы планирования и контроля [Текст] // Экономика. Налоги. Право. - 2009. - №6. - С. 128 – 136
6. Плотников А.В. Аспекты деструктивности в современных организационных культурах [Текст] // Общественные науки и современность. - 2006. - №3. - С. 132 - 148.

## ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ НОВЫХ ПОДХОДОВ В РАБОТЕ С ПЕРСОНАЛОМ В СЕТИ РЕСТОРАНОВ БЫСТРОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В СИБИРСКОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ (НА ПРИМЕРЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ СЕТИ РЕСТОРАНОВ БЫСТРОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ «KFC» Г. БАРНАУЛА).

Зыбарева А.С. - студент, Панин Е.Л. - к.м.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В настоящее время на рынке предприятий общественного питания России не достаточно разработана классификация этих заведений. В мировой практике существует множество принципов классификации ресторанов: по ассортименту, по квалификации персонала, по целевой аудитории, по ценовому уровню. В России наиболее распространена простейшая классификация по типу: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная. При этом четких требований к тому или иному виду заведений общепита в России до сих пор не достаточно разработано. Поэтому обычно специализация заведения общепита определяется, исходя из его собственного позиционирования [5].

В последние годы ресторанный бизнес стал привлекать все больше инвесторов из самых разных сфер бизнеса. Это связано, прежде всего, с привлекательностью данного рынка в условиях экономического роста страны и благосостояния населения, а также с возможностями получения стабильной прибыли в течение всего времени существования ресторана при его грамотном управлении (общественное питание является одной из самых ликвидных отраслей экономики) [2].

Рынок ресторанов в Барнауле успешно развивается сразу в двух направлениях. Растет количество как авторских (единичных) ресторанов, так и сетевых предприятий общественного питания. В то же время емкость данного рынка еще достаточно велика, что позволяет ожидать прихода на него новых операторов и рестораторов.

Сеть ресторанов «KFC» является торговой маркой, зарекомендовавших себя как рестораны быстрого обслуживания, которая предлагает довольно быстрый и сытный способ подкрепиться продуктами из свежеприготовленной курицы, так как только «KFC» использует

100% целую и не замороженную курицу, которую готовят при вас по уникальным рецептам.

Одна из главных задач для предприятий различных форм собственности – это поиск эффективных способов управления трудом, которые обеспечивают высокую результативность деятельности персонала, их мотивацию и стимулирование их труда.

Человек может по-разному относиться к результатам своего труда в организации. Одному может быть безразлично качество его труда, другой может стремиться делать все наилучшим образом, работать с полной отдачей, не отлынивать от работы, стремиться к повышению квалификации, совершенствованию своих способностей работать и взаимодействовать с организационным окружением [1].

В сети ресторанов «KFC» признают то, что лучше всего набирать сотрудников на замещение вакантных должностей внутри компании путем продвижения самых талантливых работников. В то время как иногда приходится прибегнуть к поиску работников с целью привлечения свежих идей и методов. Те сотрудники, которые продвигаются по карьерной лестнице внутри компании, уже понимают главные ценности и методы работы.

Для того чтобы работник работал с полной отдачей ему нужно дать привлекательное амбициозное видение проблемы, последовательность целей, которые будут ступенями в достижении его главной стратегической задачи. Над этим администрация ресторана работает и старается создать для каждого сотрудника наилучшую мотивацию [3].

Несмотря на положительную динамику роста рынка общественного питания в Барнауле, наблюдается ряд проблем со стимулированием и мотивацией персонала в ресторанах.

Целью нашей работы был анализ используемых подходов в работе с персоналом в международной сети ресторанов быстрого обслуживания «KFC» в ведущих регионах Сибирского федерального округа, разработка рекомендаций и новых подходов в работе с персоналом для продвижения международной сети ресторанов быстрого обслуживания «KFC» г. Барнаула.

Для достижения поставленной цели нами были решены следующие задачи:

1) Проанализирована эффективность используемых подходов в работе с персоналом в основных регионах Сибирского федерального округа и в ведущих зарубежных странах

2) Выявлены используемые подходы в работе с персоналом в международной сети ресторанов быстрого обслуживания «KFC» в ведущих регионах Сибирского федерального округа, и разработаны новые подходы в работе с персоналом для данной сети ресторанов в г. Барнауле.

3) Изучена эффективность новых подходов в работе с персоналом в международной сети ресторанов быстрого обслуживания «KFC г. Барнаула.

4) Предложены скорректированные новые подходы в работе с персоналом в международной сети ресторанов быстрого обслуживания «KFC» г.Барнаула.

В ходе анализа деятельности ресторанов в основных регионах России и в ведущих зарубежных странах, были выявлены некоторые особенности в работе с персоналом заведениях общественного питания, которых нет в нашем регионе [4].

Нами была проанализирована характеристика международной сети ресторанов быстрого обслуживания «KFC», и рассмотрели основные виды ее деятельности. Так же мы изучили основные подходы в работе с персоналом, которые наиболее часто используются в продвижении услуг международной сети ресторанов быстрого обслуживания «KFC» в ведущих регионах Сибирского федерального округа [6].

Также нами были проанализированы и сравнены основные подходы в работе с персоналом сети ресторанов «KFC» города Барнаула с подходами в работе с персоналом четырех других аналогичных заведений общественного питания в городе Барнауле (ресторан «Manhattan-pizza», ресторан «Вилка-ложка», кафе «BurgerClub» и ресторан «Subway»). Сравнение проводилось путем оценки их деятельности по десяти балльной системе, по следующим критериям: отзыв о работе в ресторане или кафе, отношение к персоналу со стороны руководства, обучение и повышение квалификации, график работы, условия труда, общение с коллегами и клиентами, корпоративные мероприятия, причины ухода персонала и

текучесть кадров, материальное стимулирование и рабочие результаты. Исследование проводилось нами, совместно с администраторами и менеджерами по персоналу сети ресторанов «KFC». По итогам проведенного нами анализа, сеть ресторанов «KFC» набрал наибольшее количество баллов по сравнению со своими конкурентами [7].

Так же нами было проведено анкетирование гостей ресторана «KFC», с целью узнать их мнение о качестве работы персонала данного предприятия. Для этого совместно с руководителем преддипломной практики от предприятия и на основе научной литературы, нами была разработана анкета для того, чтобы узнать мнения потребителей услуг. После проведения первичного исследования нами был разработан и внедрен комплекс рекомендаций по совершенствованию подходов в работе с персоналом в международной сети ресторанов быстрого обслуживания «KFC». В дальнейшем было проведено повторное анкетирование и выявлены недостатки предложенного нами комплекса. В дальнейшем, данный комплекс рекомендаций был доработан и адаптирован для международной сети ресторанов быстрого обслуживания «KFC». Скорректированный комплекс рекомендаций по совершенствованию подходов в работе с персоналом в сети ресторанов «KFC» был доложен на рабочем совещании администрации данной сети и в целом одобрен для внесения в перспективный план развития сети ресторанов на 2016-2017 годы.

Список использованных источников и литературы:

1. Маслов Е.В. Управление персоналом предприятия. – М.: Инфра-М, 2005. – 343 с.
2. Пугачев В. П. Руководство персоналом организации: Учебник. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 279 с.
3. Федосеев В. Н., Капустин С. Н. Управление персоналом организации. Учебное пособие. – М.: Экзамен, 2008. – 368 с.
4. Цветаев В. М. Управление персоналом. – СПб: Питер, 2002. – 192 с.
5. Шекшня С. В. Управление персоналом современной организации: учеб.-практ. пособие. – М.: Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2000. – 364 с.
6. KFC: сайт [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.kfc.ru>
7. Ресторанный рейтинг Барнаула: сайт [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://eda22.ru/zavedeniya/bystroie-pitanie.html>

## ИЗУЧЕНИЕ УРОВНЯ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСТОРАННОГО СЕРВИСА Г. БАРНАУЛА

Касимская О. Н. – студент, Гокк С. А. – к.п.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова (г. Барнаул)

Сфера ресторанного сервиса в настоящее время является одной из наиболее перспективных отраслей российской экономики. При этом положительная динамика развития отрасли сопровождается усилением конкуренции на рынке, что заставляет искать новые способы конкурентной борьбы. Очевидно, что успех предприятия на рынке, в том числе ресторанных услуг, напрямую, зависит от степени востребованности его продукта клиентом. В этой связи ориентация на клиента, на его желания и предпочтения, становится приоритетной в построении бизнес-концепции предприятия, выступая одновременно фактором повышения конкурентоспособной позиции на рынке.

Несмотря на понимание важности построения долговременных взаимоотношений предприятия с клиентами на основе клиентоориентированного подхода, содержание самого понятия «клиентоориентированность» все еще остается дискуссионным.

Попытки определить сущность клиентоориентированного предприятия, в том числе сферы ресторанного сервиса, содержатся в работах С. Н. Апенько, Л. И. Ерохиной, В. Лучкова, С. Г. Якунаевой, М. В. Сиговой и др. Несмотря на множество точек зрения, авторы едины в том, что, клиентоориентированная стратегия предприятия строится на принципах

понимания и удовлетворения потребностей клиентов, соответствия их ожиданиям, а главное, *предвосхищения их желаний* [курсив наш – О. Касимская, С. Гокк]. Реальное воплощение клиентоориентированного подхода, подчеркивают А. П. Челенков и Т. Е. Сониная, можно определить по следующим признакам: компания понимает нужды своих клиентов, четко сознавая, что делает ее привлекательной для них; она учитывает мнение клиентов при разработке новых продуктов и отслеживает изменения в системе ценностей своих клиентов [1, с. 118].

Полностью поддерживая мнения авторов, заметим, что, во-первых, такое понимание клиентоориентированности предприятия требует ввести в оборот и оперировать понятием клиентоцентричности, подчеркивая тем самым, что клиент не просто всегда прав, он есть – центр, вокруг которого осуществляется деятельность компании. Во-вторых, реализация клиентоориентированного (клиентоцентричного) подхода – не разовое мероприятие в виде акций и скидок, которые стали достаточно популярными в последние годы, а долговременная, комплексная, последовательная политика предприятия, затрагивающая его организационную, технологическую, кадровую, сервисную составляющие.

Однако, при оценке клиентоориентированности необходимо не только учитывать те действия, которые предпринимает компания по отношению к клиентам, но и мнение самих клиентов о том, насколько полезной для них представляется эта деятельность. Другими словами, назвать предприятие клиентоориентированным можно лишь при условии его положительного восприятия клиентами. Следовательно, взяв курс на клиентоориентированность, предприятию необходимо регулярное отслеживание мнения клиентов о его деятельности. Причем, нельзя признать удачной распространённую сегодня во многих ресторанах практику задавать гостям ресторана при выходе вопросы типа «Понравилось ли Вам у нас?» или «Вам понравился наш ресторан?», поскольку в случае отрицательного ответа гостя в распоряжении предприятия не будет четкого понимания сути и границ необходимых изменений.

В рамках дипломного проекта нами начато исследование уровня клиентоориентированности предприятий ресторанного сервиса г. Барнаула. Предполагается, что исследование будет многоэтапным.

На первом этапе в январе-феврале 2015 года для оценки клиентоориентированности был организован сбор мнений руководителей и клиентов барнаульских ресторанов. Методом получения информации выбран опрос, а именно: анкетирование клиентов и фокусированное телефонное интервью руководителей.

По результатам опроса руководителей 42 барнаульских ресторанов выяснилось, что их подавляющее большинство (96 %) считают свое предприятие клиентоориентированным. Однако, только чуть более половины руководителей (55 %) смогли четко обозначить собственную позицию о сущности клиентоориентированности и назвать мероприятия, которые, с их точки зрения, ее обеспечивают, например, разработка и внедрение Стандартов обслуживания, предоставление скидок постоянным клиентам, вручение бонусных карт постоянным клиентам, качественный сервис. Другая часть опрошенных руководителей (29 %) связала клиентоориентированность лишь с предоставлением качественных блюд и напитков и оперативного сервиса клиентам. И, наконец, 16 % руководителей, назвав свой ресторан клиентоориентированным, тем не менее, затруднилась пояснить, что они подразумевают в этой связи.

Отметим, что большая часть ресторанов, мнение руководителей которых попало в последнюю группу, расположены в так называемых «спальных» районах города, и именно они стали объектом дальнейшего исследования.

Следующим шагом стало изучение мнения клиентов об уровне обслуживания в ресторанах, попавших в третью группу. Всего было проанкетировано 120 человек.

В целом опрос показал невысокий уровень удовлетворенности потребителей качеством обслуживания. В основном, претензии клиентов были связаны с долгим временем ожидания заказов, невнимательностью официантов, несоответствием цены и качества сервиса,



отсутствием Wi-Fi, отсутствием услуги вызова такси, неудовлетворительное состояние туалетной комнаты, отсутствие зала для некурящих и др. Также в ходе исследования нами был рассчитан индекс потребительской лояльности NPS. Индекс составил 27%, что является, безусловно, низким для ресторанов, позиционирующих себя как клиентоориентированное предприятие.

На втором этапе исследования, который намечен на апрель 2015 года, планируется изучить уровень клиентоориентированности персонала ресторанов, точнее тех его категорий, которые непосредственно заняты обслуживанием посетителей (официанты, бармены, гардеробщики, администраторы). Изучение мотивации и клиентоориентированного поведения сотрудников является очень важным, поскольку они взаимодействуют с гостями и демонстрируют и транслируют им клиентоориентированную политику предприятия, и именно по контексту диалога (нередко и невербального) во время обслуживания клиент формирует мнение о ресторане. Предположительно, для достижения этой цели будет использован метод «Mystery Shopping» или «Таинственный покупатель», позволяющий получить достаточно точную и объективную информацию о качестве обслуживания.

Итогом двух этапов исследования станет разработка программы повышения клиентоориентированности ресторанов города, которая будет апробирована в одном из них предположительно в мае 2015 года. Однако, уже сегодня, очевидно, что программа будет включать такие рекомендации, как:

1. Разработка политики клиентоориентированности и доведение ее концептуальных положений и принципов до персонала.
2. Введение в штат должности менеджера по клиентингу и разработка его функциональных обязанностей.
3. Разработка программы обучения клиентоориентированного персонала.
4. Разработка Стандартов обслуживания, в том числе Стандартов работы с проблемными клиентами и Стандартов поведения персонала в конфликтных ситуациях
5. Построение системы обратной связи, включая изучение отзывов посетителей в Интернете, на форумах, в гостевой книге на сайте ресторана, организацию «горячей линии».
6. Формирование мотивационного механизма персонала, основанного на поощрении клиентоориентированного поведения.
7. Разработка или дополнение программ лояльности клиентов.

После апробации разработанная программа будет корректироваться, что составит содержание третьего этапа исследования.

Таким образом, предпринимаемое исследование и его результаты будут иметь несомненную практическую значимость для сферы ресторанных услуг г. Барнаула, так как клиентоориентированность предприятия сегодня не просто необходимость, продиктованная рынком, это стратегическое решение для укрепления его конкурентоспособности.

Список использованных источников и литературы:

1. Челенков, А. П. Клиентоориентированный подход в маркетинге взаимоотношений / А. П. Челенков, Т. Е. Сониная // Маркетинг. – 2012. – № 1. – С. 115-125.

## ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ОТКРЫТИЯ ЭКОБАЗЫ В КОСИХИНСКОМ РАЙОНЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Керимов Эльдар сеймур оглы – студент, Хомякова О.В. – к.э.н., доцент  
Алтайский филиал Российской Международной Академии Туризма

В последние годы одним из наиболее актуальных направлений экономического роста является развитие малого бизнеса. Для России, развитие малого бизнеса является основой социальной реструктуризации общества, обеспечивающей подготовку населения и переход всего хозяйства страны к рыночной экономике. Однако процесс становления в различных

сферах общественной жизни в России идет пока очень медленно. Несмотря на трудности и неудачи, малый бизнес развивается, набирает темпы роста, решая экономические, социальные, научно-технические проблемы. Эти и другие экономические и социальные функции малого предпринимательства ставят его развитие в разряд важнейших государственных задач, делают его неотъемлемой частью реформирования экономики России. В настоящее время правительством Российской Федерации проводится огромное количество мероприятий способствующих открытию новых и развитию уже существующих предприятий малого бизнеса.

Основной площадкой для развития малого бизнеса являются отраслевые кластеры. Один из таких кластеров находится в Алтайском крае.

Именно благодаря этому кластеру наш край является одним из наиболее перспективных для инвестирования в туристскую сферу. Более четверти городов и районов края являются зонами активного развития туризма. Разнообразие природных комплексов, наличие уникальных памятников истории и культуры ежегодно привлекают около миллиона не только российских, но и иностранных туристов.

Признанием важности туристской отрасли для экономики Алтайского края стало утверждение о том, что туристско-рекреационный комплекс является одной из ключевых слагающих потенциала развития края, в разработанной в 2007 г. Стратегии социально — экономического развития Алтайского края на период до 2025 г. В этом документе показано, что Алтайский край имеет возможности своего позиционирования как регион:

- «особо благоприятный» — для жителей Сибири, России и зарубежных гостей;
- массового оздоровления и лечения – для жителей Сибири, в том числе на основе социальных, региональных и федеральных программ оздоровления и отдыха, а также в рамках национальных проектов («Всероссийская здравница», «Здравница Сибири»);
- оздоровления – для работников предприятий Сибири;
- инновационных форм оздоровления и лечения;
- детско-юношеского активного и познавательного туризма, отдыха, оздоровления и лечения.

Это лишь не многие из проектов реализуемых на территории края.

Но на мой взгляд наш край с его экологическим потенциалом может стать отличной площадкой для развития очень перспективного вида туризма - ЭКОТУРИЗМ.

Ведь экотуризм сочетает в себе множество отдельных видов туризма, таких как сельский туризм, событийный, приключенческий, спортивный, список можно продолжать бесконечно. Экотуризм - это то что так необходимо современному человеку.

Открытие нового предприятия всегда связано с капиталовложением, а открытие инновационного предприятия это еще и риск потерять этот капитал. Но использования методов экономического анализа эти риски можно просчитать. А что бы оценить эффективность капиталовложений используются методы инвестиционного анализа.

К основным задачам инвестиционного анализа относятся:

- Выявление факторов влияющих на отклонение фактических результатов инвестирования от запланированных ранее.
- комплексная оценка потребности и наличия требуемых условий инвестирования
- приемлемые для инвестора параметры риска и доходности
- послеинвестиционный мониторинг и разработка рекомендаций по улучшению качественных и количественных результатов инвестирования.

Таким образом, грамотное проведение инвестиционного анализа позволяет оценить:

- стоимость инвестиционного проекта
- уровень его рискованности
- экономическую целесообразность осуществления проекта на основе расчета базовых показателей эффективности ( $NPV$ ,  $IRR$ ,  $PI$ )
- будущие денежные потоки по периодам жизненного цикла проекта и их текущую (приведенную) стоимость

- уровень проектной дисконтной ставки проекта
- возможный срок реализации проекта

## НОВЫЕ ПОДХОДЫ В РЕАБИЛИТАЦИИ ПЕНСИОНЕРОВ С ЗАБОЛЕВАНИЯМИ СЕРДЕЧНО-СОСУДИСТОЙ СИСТЕМЫ НА КУРОРТЕ «БЕЛОКУРИХА» И В САНАТОРИИ-ПРОФИЛАКТОРИИ «БЕРЕЗОВАЯ РОЩА»

Корогод Ю.О. – студент, Панин Е.Л. – к.м.н., доцент,

Панина Е.А. - врач санатория-профилактория «Березовая роща»

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Мир стареет, это - объективная общедемографическая тенденция. Прогрессирующий процесс старения приобрел на рубеже веков глобальный характер. Этот процесс в полной мере проявился и в современной России.

На сегодняшний день, численность пенсионеров составляет около 30% населения, они являются большой социальной группой. Практически все страны мира, кроме слаборазвитых, где до преклонных лет очень сложно дожить, превращаются в «государства стариков». Общая проблема всех стран не обошла стороной и Россию: пожилых людей у нас год от года становится больше. В связи с этим возрастает необходимость изучения методов, методик и подходов к лечению пенсионеров [4].

Одним из методов в комплексной реабилитации пенсионеров с наиболее распространенными заболеваниями сердечно - сосудистой системы является гирудотерапия.

Лечение медицинскими пиявками - гирудотерапия (от лат. "hirudo" - пиявка) или бделлотерапия (от греч. "бделла" - пиявка) своими корнями уходит в глубокую древность. Судя по росписям, обнаруженным в гробницах фараонов, пиявок использовали еще в 1500-300 гг. до нашей эры. По дошедшим до наших дней манускриптам, пионером этого метода лечения следует считать Никандра из Колофона (200-130 гг. до н.э.). Авиценна в трактате "Канон врачебной науки" [1] большое внимание уделил медицинским пиявкам. Уже в то время врачи использовали в лечебных целях медицинскую пиявку при сотрясениях мозга, болезнях почек, печени и суставов, туберкулезе, эпилепсии, истерии и ряде других заболеваний. В 30-х годах XIX столетия в России с лечебными целями использовалось до 30 миллионов пиявок в год [2].

В те годы общее кровопускание и медицинские пиявки применялись как необходимая мера при любом заболевании [3]. Прежде чем принимать то или иное лекарство, больному делалось общее или местное кровопускание посредством пиявок. Горячими приверженцами гирудотерапии были профессора М.Я. Мудров, Г.А. Захарьин, И.В. Дядьковский [2].

Данные исследования значительно расширили представления о механизмах действия секрета слюнных желез медицинской пиявки. Многолетний опыт использования медицинской пиявки в лечебных целях свидетельствует о том, что при правильном и умелом применении, гирудотерапия является весьма эффективным методом лечения многих болезней [3].

Минздравом СССР в 1989 году были утверждены методические рекомендации по гирудотерапии, однако появление новых данных о гирудотерапии обусловили необходимость их пересмотра в соответствии с требованиями Минздрава России [3].

Новизна нашего исследования заключается в том, что в доступной нам научной литературе мы не нашли достаточно подробных данных о разработанных комплексных методиках лечения пенсионеров с сердечнососудистыми заболеваниями с применениями гирудотерапии в санаторно-курортных учреждениях.

В связи с этим, была поставлена задача - проанализировать возможности использования гирудотерапии в комплексном лечении больных с сердечнососудистыми заболеваниями в ведущих санаторно-курортных учреждениях Алтайского края, разработать комплексную методику лечения пенсионеров с наиболее распространенными заболеваниями

сердечнососудистой системы с применением гирудотерапии, «фитобочки» и массажа в санаториях Алтайского края и курорте Белокуриха.

Анализ возможностей использования гирудотерапии в комплексном лечении больных сердечнососудистыми заболеваниями в ведущих санаторно-курортных учреждениях Алтайского края показал, что меньше половины санаториев Алтайского края используют гирудотерапию в качестве процедуры для отдыхающих. Примером эффективного применения гирудотерапии может служить комплексный подход лечения отдыхающих с сердечнососудистыми заболеваниями в санатории-профилактории «Березовая роща». В этом санатории для реабилитации отдыхающих данного профиля также широко используются следующие методы и методики: общая магнитотерапия, гипокситерапия, рестерная терапия, сухие углекислые ванны, иглорефлексотерапия, озонотерапия, различные методики ручного массажа, рестерная терапия, иодо-бромные и пантовые ванны, фитованны, «фитобочка», ЛФК и др.

Комплексные методики с применением гирудотерапии улучшают эффективность лечения пациентов. У больных с заболеваниями сердечнососудистой системы гирудотерапия позволяет значительно улучшить коронарное кровообращение, добиться урежения ангинозных приступов, купирования их или ослабления интенсивности боли. В ряде случаев улучшается сократительная функция миокарда, снижается исходно повышенное артериальное давление.

Изучив данные о применении гирудотерапии при лечении сердечнососудистых заболеваниях в ведущих санаториях Сибири, нами был разработан новый подход в реабилитации пенсионеров в санаторно-курортных учреждениях с данными заболеваниями.

Был предложен комплекс методик реабилитации пенсионеров с заболеваниями сердечно - сосудистой системы (гипертоническая болезнь и стенокардия) Этот комплекс состоит из следующих методик: азотно- радоновые ванны или иодо-бромные ванны, магнитотерапия, психологическая разгрузка, массаж по Машкову, ЛФК и гирудотерапия. Курс реабилитации рассчитан на 14-21 день лечения в санатории.

Под нашим наблюдением находилось 90 отдыхающих, которым был назначен предложенный нами лечебный комплекс.

После повторного анкетирования отдыхающих и их обследования были получены данные, что применение предложенного лечебного комплекса у отдыхающих данной группы дало положительные результаты: стабилизировалось артериальное давление, реже стали боли в сердце при физической нагрузке, улучшился сон, повысилась работоспособность и настроение.

Список использованных источников и литературы:

1. Ибн Сина Абу Али. Канон врачебной науки. / Ибн Сина Абу Али, У.И. Каримов, Э.У. Хуршут. - Ташкент: МИКО "Коммерческий вестник". – 1994. – С. 229.
2. Каменев, Ю.Я. Вам поможет пиявка: Практическое руководство по гирудотерапии. / Ю.Я. Каменев, О.Ю. Каменев. - СПб.: ЗАО "ВЕСЬ" - 2000. – С. 253.
3. Панин, Е.Л., Бовтун, В.С. Основы курортного дела: учебное пособие по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» для студентов специализации «Курортное дело» / Изд. 2-е, с испр. Алт. Гос. Техн. Ун-т им. И.И. Ползунова:Изд-во АлтГТУ, 2010. – 142 с.
4. Жернов, В.А. Профессиональная ассоциация натуротерапевтов [Электронный ресурс] / В.А. Жернов, М.М. Зубаркина, А.А. Карпеев и др. - Режим доступа:[http://www.naturoprof.ru/normativnye\\_dokumenty/podzakonnye\\_akt/metodicheskie\\_rekomendacii/ispolzovanie\\_metoda\\_girudoterapii\\_v\\_prakticheskom\\_zdravoohranenii\\_metodicheskie\\_rekomendacii\\_n\\_200278/](http://www.naturoprof.ru/normativnye_dokumenty/podzakonnye_akt/metodicheskie_rekomendacii/ispolzovanie_metoda_girudoterapii_v_prakticheskom_zdravoohranenii_metodicheskie_rekomendacii_n_200278/). – Загл. с экрана.

## ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ТУРИЗМА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ НА ОСНОВЕ ОБЪЕКТИВНЫХ И СУБЪЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ

Косенко Е., Манишин Д., Лукьянова Е. – магистранты, Донскова Л.И. – к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В настоящее время под влиянием трансформаций в России, как экономических, так и политических, рынок туристических услуг претерпевает изменения, появляются все новые его участники (агентства, операторы), меняются приоритеты потребителей туристических услуг. Важным элементом научного управления индустрией туризма является прогнозирование, что обусловлено, в первую очередь, неопределенностью участников рынка, сильными колебаниями спроса, нестабильностью курса валют, появлением новых конкурентов.

Целью исследования – на основе количественного и качественного анализа показателей туристического рынка Алтайского края, построить модель прогнозирования и сформировать перспективные направления развития туристского рынка.

Анализ литературы показывает многообразные подходы к исследованию туристского рынка и его прогнозирования. В самом широком понимании «прогнозирование» обозначает специальное научное исследование, предметом которого выступают перспективы развития социально-экономического явления (общества) [1]. Для построения прогнозов необходимы объективные статистические данные о развитии отрасли, т.е. социально-экономический мониторинг. Однако сравнительный анализ экономического и социального развития туризма пока затрудняется из-за отсутствия единой системы экономических показателей, несовершенства системы национальных счетов и статистического учета туристической деятельности [7].

В связи с этим необходимо использовать методы исследования в комплексе: объективный и субъективный. Статистические методы включают все современные математико-статистические методы прогнозирования на основе объективных данных [1]. Метод экспертных оценок включает опрос специалистов, имеющих опыт работы в туристической сфере. Для прогнозирования туристического рынка необходимо применять различные количественные и качественные методы, а именно метод экспертных оценок и статистические методы.

В качестве источников информации использовались статистические данные: число реализованных населению туристских путевок, стоимость реализованных населению туристских путевок, число обслуженных туристов и средний доход граждан за 2009–2014 гг. с официального сайта Алтайкрайстата [4].

По статистическим данным рассчитаны коэффициенты эластичности спроса по цене и доходу, что послужило основой построения прогнозной модели туристской сферы. Результаты расчетов показывают, что спрос по доходу более эластичен, чем по цене. Увеличивается рост объема турпродукта. В 2014 г. коэффициент эластичности равен единице, что означает: спрос практически не реагирует на изменение цены.

Для проведения качественного анализа развития туризма Алтайского края проведен опрос 35 экспертов в сфере туризма. В качестве экспертов выступили специалисты турагентств (36,4%), предприятий туристской сферы (33,3%), преподаватели (12,1%), менеджеры туроператоров и гостиниц, а также администрация железнодорожного района Алтайского края (по 6,1%). Эксперты не довольны краевыми программами администрации Алтайского края в сфере туризма, изменения должны носить кардинальный характер. Органы власти должны принимать более активное участие в развитии туризма в целом. В течение примерно пяти лет планируется улучшение ситуации, привлечение федеральных и краевых средств финансирования в сферу туризм.

Основываясь на объективных и субъективных данных, полученных в ходе исследования, составлена прогнозная модель развития туристского рынка в Алтайском крае на период 2015–2017 гг. Прогноз рассматривает развитие российской экономики в условиях относительной

стабилизации геополитической обстановки, отсутствия дальнейших серьезных санкций со стороны ЕС и США, а также введения новых ответных санкций со стороны России [3]. Что касается сценариев развития на 2015-2017 г, то воспользовались прогнозом Центробанка России, который представил в документе «Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2015 год и период 2016 и 2017 годов» [4].

Прогноз туристического рынка Алтайского края на основании трех вариантов: базовый, умеренно-оптимистичный и умеренно-пессимистический прогнозы. При этом ключевым фактором является показатель «уровень доходов населения» (в базовом варианте). Проведены расчеты показателей изменения спроса ( $\Delta Q$ ), обратные коэффициентам эластичности спроса по доходу, построены графики (см. рис.1).

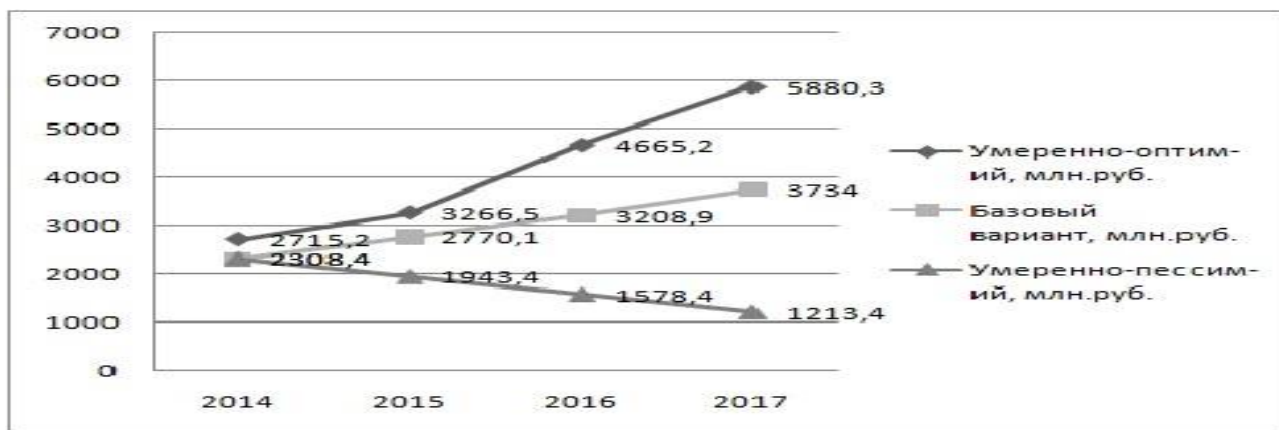


Рис. 1. Прогнозная модель туристического рынка Алтайского края (три варианта: базовый сценарий развития, умеренно-пессимистический, умеренно-оптимистический)

Вариант 1 – базовый предполагает сохранение инерционных трендов, сложившихся в последний период. При этом, спрос на туруслуги растет незначительно, остается практически на том же уровне. Однако, к 2016 - 2017 гг. прогнозируется рост доходов, спрос также может увеличиться. Турпродукты будут востребованы при условии повышения дохода, но с каждым годом все менее значительно.

Вариант 2 – умеренно-оптимистичный. Характеризуется ростом доходов населения на 10%. Предполагает более активную политику, направленную на снижение негативных последствий, связанных с ростом геополитической напряженности. В итоге в условиях нестабильной экономической обстановки востребованность турпродукта остается высокой.

Вариант 3 – умеренно-пессимистический, характеризуется снижением доходов населения на 5%. Колебание объема спроса и продаж около достигнутых значений. После 2015 г. наступит «застой», т.е. колебания объема туристического спроса не будут существенно меньше. Это продолжится до 2016 г., затем туристический спрос возобновится, а к 2017 г. его значение составит 1213,4 млн руб. При умеренно-пессимистическом развитии сценария прогнозируем низкий или неизменяющийся объем доходов, соответственно, и более пассивный спрос.

Для развития туризма на территории края, по мнению экспертов, требуются действия органов государственной власти (39,4%) и средства государственного бюджета (34,6%). Причем вероятность принятия мер по господдержке они рассматривают, как вполне возможную (60,6%). Это может быть связано с тем, что в последние годы государство уделяет много внимания туризму, разрабатываются стратегии развития и программы поддержки. При этом эффект от подобных мер эксперты надеются увидеть уже в течение пяти лет (39,4%).

На Алтае наиболее популярный вид туризма – пеший туризм (23,9%), на втором месте – сельский туризм (18,3%), и на третьем – автомобильный (15,5%). На наш взгляд это связано с особенностями природных ресурсов, инфраструктурой и спецификой края. Также в Алтайском крае имеются большие возможности для развития сельского туризма. В крае апробирован пилотный проект Министерства сельского хозяйства России по развитию

туризма в сельской местности.

Увеличение потребителей внутреннего туризма можно связать с беспокойной политической обстановкой в мире, ростом цен на международные туры. Увеличение числа иностранных потребителей в России и Алтайском крае вызван при помощи участия региона на российских и международных выставках, таких как Международная туристическая выставка (МИТТ) и Международная туристическая выставка в Германии (ИТВ), модой у иностранных потребителей на экологически чистую природу, непознанные далекие места. В рамках международного туризма в лидерах по числу туристов останутся Турция (33,3%), Египет (22,9%) и Таиланд (16,7%), что связано с относительно невысокой стоимостью данных направлений.

По нашему мнению, спрос на турпродукт будет расти, причем прогнозируем развитие как внутреннего, так и международного туризма. Развитие внутреннего туризма на территории края будет мотивирован господдержкой, существующими стратегиями и целевыми программами, сроки реализации которых в большинстве ограничены периодом до 2017 г. Стоит отметить активное продвижение бренда Алтайского края как туристской дестинации на туристических выставках в Москве, Берлин и пр., даст толчок к развитию въездного туризма. При повышении доходов населения уровень спроса на туристические продукты, или возрастет в малой степени, или останется без изменений.

Таким образом, по результатам исследования туристического рынка в Алтайском крае выявлены перспективные направления видов туризма, в перспективе его нестабильность, а изменения будут происходить в положительную сторону, но незначительно.

Список использованных источников и литературы:

1. Голандский, М.М. Экономическое прогнозирование [Текст]/ М.М. Голандский. – Москва : Наука, 2009. – 146 с.
2. Стратегия социально–экономического развития Алтайского края за 2025: утверждено 21 ноября 2012 г. № 86–Зс // Сборник законодательства Алтайского края. – 2012. – № 199, ч. 1. – С. 34.
3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю [Электронный ресурс]: [сайт].- Электрон.дан. – [Барнаул], 1999 – 2014. – Режим доступа:<http://akstat.gks.ru>. - Загл. с экрана.
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: [сайт]. – Электрон.дан. – [Москва], 1999-2014. – Режим доступа:<http://www.gks.ru>. - Загл. с экрана.
5. Шадская И.Г., Яковлева Н.А. Прогнозирование развития туристического рынка на основе социально-экономического мониторинга [Текст] / И.Г. Шадская, Н.А. Яковлева // Туризм и сервис: Материалы международной научно–практической конференции подготовка кадров, проблема и перспективы развития: [Электронный ресурс]: [сайт]. – Электрон.дан. – [Москва], 2013. – Режим доступа: [http://. http://old.rguts.ru/electronic\\_journal/number46/contents](http://old.rguts.ru/electronic_journal/number46/contents). – Загл. с экрана.

## ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Крупина Ю. – студент, Евстигнеева О.В. – доцент

Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова (г. Барнаул)

Как показал опыт мировой экономики, за последнее время произошел ряд серьезных провалов рынка, особенно банковской системы. Провалы рынка стимулировали начало мирового экономического кризиса. Только вмешательство государства ряд стран в рыночные отношения своих экономик смогло остановить глобальные экономические потрясения. Государственное регулирование становится необходимым там, где рыночный механизм не справляется с задачами социально-экономического развития страны. Это в основном государственный и смешанный сектора. Правила государственного регулирования



распространяются на отрасли социальной сферы и, в частности на туризм, в котором участвует, в основном, частный капитал, за исключением социального туризма.

Туристская деятельность в РФ – это часть экономики нашей страны и поэтому методы и формы воздействия государства на всю экономику страны соответственно затрагивают и туризм.

Основные принципы государственного регулирования туристской деятельности в РФ – это прежде всего:

- 1) содействие туристской деятельности и создание благоприятных условий для ее развития;
- 2) определение и поддержка приоритетных направлений туристской деятельности;
- 3) формирование представления о Российской Федерации как стране, благоприятной для туризма;
- 4) осуществление поддержки и защиты российских туристов, туроператоров, турагентств и их объединений.

Учитывая состояние мировой экономики и экономику России, государство выбирает приоритетные направления поддержки развития отечественного туризма таких как поддержка и развитие внутреннего, въездного, социального и самодетельного туризма.

Кроме приоритетных направлений поддержки развития туризма государство определило четыре приоритетные задачи госрегулирования в сфере туризма:

- 1) Дальнейшее совершенствование и развитие правового регулирования туризма.
- 2) Государственная поддержка въездного, внутреннего и социального туризма.
- 3) Повышение безопасности туризма, включая разработку новых правовых и финансовых механизмов обеспечения безопасности.
- 4) Антикризисная поддержка туристского комплекса России.

Важнейшей составной частью государственного регулирования туризма является непосредственное участие государства в формировании культуры туризма. Культура туризма – это качественное состояние всей сферы туризма, которое должно характеризоваться высоким уровнем развития общественных отношений в данной сфере, индивидуального и общественного сознания у туристов, должностных лиц, представителей власти, работников предприятий туристской индустрии, населения, принимающих туристских регионов.

Помимо воздействия государства на всю туристскую деятельность в стране, государство определило и выделило ряд перспективных регионов, в которых активно стимулирует развитие туризма. В феврале 2007 года постановлением Правительства РФ были созданы 7 туристско-рекреационных зоны в Республике Алтай, в Республике Бурятия, в Калининградской и Иркутской областях, в Краснодарском, Алтайском и Ставропольском краях. Выделение этих туристско-рекреационных особых экономических зон является признанием государством как приоритетного направления социально-экономического развития РФ.

Государство регулирует создание и развитие туристско-рекреационных зон (ТРЗ). На основе концепции создания ТРЗ организованы и проведены конкурсы на разработку проектов планировки территорий каждой особой экономической зоны. В 2008 г. начато проектирование и строительство первых объектов инфраструктуры. Но из-за всемирного экономического кризиса, который затронул и нашу страну из семи туристско-рекреационных особых экономических зон активное развитие идет только в трех, это: «Бирюзовая Катунь» в Алтайском крае; «Алтайская долина» в Республике Алтай; «Байкальская гавань» в Бурятии. Выделение 7 туристско-рекреационных зон является одной из приоритетных направлений поддержки развития отечественного туризма.

Первой приоритетной задачей госрегулирования в сфере туризма это «Дальнейшее совершенствование и развитие правового регулирования туризма». В совершенствовании и развитии правового регулирования туризма есть ключевые задачи. Ключевые задачи в области правового регулирования туризма следующие:

- 1) Совершенствование механизма финансового обеспечения ответственности



туроператоров, в том числе в части увеличения размера финансового обеспечения.

2) увеличение юридической ответственности туроператоров за причинение вреда жизни и здоровью туристов и иные нарушения норм законодательства.

3) Введение обязательной аттестации инструкторов-проводников, экскурсоводов, гидов-переводчиков.

4) Наделение органов государственной власти субъектов РФ полномочиями по развитию туризма

5) Установление особенностей правового регулирования путешествий несовершеннолетних туристов, введение дополнительных мер для повышения их безопасности.

6) Наделение Ростуризма полномочиями по ведению государственного реестра саморегулируемых организаций в сфере туризма.

7) Формирование правовых основ функционирования единой автоматизированной информационной системы учета реализации туристского продукта в РФ.

8) Совершенствование нормативной правовой базы для развития культурно-познавательного туризма.

9) Введение обязательного страхования расходов туристов, выезжающих за рубеж, а также туристских маршрутов повышенной опасности в пределах России.

10) Подготовка проекта нового Федерального закона «О туризме».

Список использованных источников и литературы:

1. Федеральное агентство по туризму. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://russiaturism.ru/content/5/section/64/detail/3644/>

2. Энциклопедический словарь. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru/~книги/Конституционное%20право%20РФ/Исполнительные%20органы%20местного%20самоуправления/> - Загл.с экрана

3. Стратегия социально-экономического развития Алтайского края на период до 2025 года. [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http://www.chem-astu.ru/regional/strateg\\_7.htm](http://www.chem-astu.ru/regional/strateg_7.htm)

## РОЛЬ СЕКТОРА РАЗМЕЩЕНИЯ В САНАТОРНО-КУРОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Куликова С. В., студент, Биттер Н. В. - к.п.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова (г. Барнаул)

В современной индустрии туризма все большую роль приобретет такое направление отдыха, как санаторно-курортное лечение. Сектор размещения играет в этом направлении отдыха немаловажную роль, т.к. показатели здоровья гостей санатория зависят не только от медицинских технологий и рекреационных ресурсов, но и от комфортного пребывания в номере санатория.

Санатории являются специализированным средством размещения. Специализированные предприятия, помимо предоставления услуг размещения, выполняют еще какую-либо другую специализированную функцию. Пребывание в санатории не всегда означает ежедневные процедуры или соблюдение строго диетического питания. Санатории также дают возможность сменить привычные бытовые условия, расслабиться и отдохнуть от стресса и шума большого города.

Средства системы размещения санаторно-курортных комплексов - здания различных типов и видов, приспособленные специально для встречи и организации пребывания гостей с различным уровнем сервиса. Количество коек в гостиничной сфере — самый главный показатель, используемый для оценки потенциала санатория для приема отдыхающих.[1] Количество мест четко определяет емкость средств размещения и реальную возможность приема туристов в данном санатории. Неразумное планирование приводит к тому, что в сезон за-

грузка может превысить допустимые возможности и отдыхающие вследствие отсутствия мест, даже оплатившие свои путевки, останутся на улице.

Классификация номеров может различаться в зависимости от санатория, но чаще всего встречается классификация подобная гостиничным номерам. Российские санатории часто в свою классификацию номеров могут включать номера из европейской классификации. Номера в санаториях должны быть оснащены всем необходимым для комфортного пребывания отдыхающих.

Наиболее распространенные категории номеров в санаториях:

- Сьюит — от 75 м<sup>2</sup>, три и более жилых комнаты (гостиная или столовая, кабинет, спальня), широкая двуспальная кровать, полный санузел, гостевой туалет;
- Апартамент — от 40 м<sup>2</sup>, не меньше двух жилых комнат (гостиная или столовая, спальня), полный санузел, кухонное оборудование;
- Люкс — от 35 м<sup>2</sup>, две жилые комнаты (гостиная и спальня), полный санузел, одно-двухместное размещение;
- Студия — от 25 м<sup>2</sup>, одна комната, возможность использовать часть номера в качестве гостиной, столовой или кабинета, одно-двухместное размещение;
- Номер первой категории — одна комната, одно-двухместное размещение, полный санузел;
- Номер второй категории — одна комната, одно-двухместное размещение, неполный санузел;
- Номер третьей категории — одна комната, неполный санузел, несколько мест, на одного проживающего 4,5 м<sup>2</sup> в сезонных и 6 м<sup>2</sup> в круглогодичных гостиницах;
- Номер четвертой категории — одна комната, умывальник, несколько мест, на одного проживающего 4,5 м<sup>2</sup> в сезонных и 6 м<sup>2</sup> в круглогодичных гостиницах;
- Номер пятой категории — одна комната, санузел в коридоре, несколько мест, на одного проживающего 4,5 м<sup>2</sup> в сезонных и 6 м<sup>2</sup> в круглогодичных гостиницах[3];
- Российские санатории часто в свою классификацию номеров могут включать номера из европейской классификации. Например добавлять такие категории как:
  - Double twin – это номер с двумя кроватями.
  - Extra bed – запасная кровать.
  - King Size – 1 большая кровать.
  - Triple – номер с 3 кроватями, либо с приставной кроватью для ребенка[2].

На сегодняшний день сектор размещения в санаториях подвержен воздействию ряда проблем, которые влияют на качество обслуживания:

1. Сектор размещения не отвечает мировым стандартам и требованиям, это обусловлено низкими доходами предприятий, связанных с управлением и эксплуатацией санатория.
2. Нехватка квалифицированных кадров и неэффективная организация труда.
3. Ценовая политика многих санаториев, неоправданная дороговизна проживания, порой идущая вразрез с уровнем предоставляемых услуг.

Устранением этих недостатков может послужить решение таких проблем как:

- Ввести систему классификации санаториев, которая должна регулировать их рейтинг, таким образом, поощряя инвестиции.
- Обеспечение качества санаторных услуг, соответствующих современным требованиям систем классификации, которые разработаны в соответствии с международными стандартами.
- Предоставление гостям необходимой и достоверной информации, которая поможет сделать выбор. Например, информация о соответствии объекта туристской индустрии категории, предусмотренной в системах классификации;
- Повышение конкурентоспособности санаторных средств размещения и привлекательности курортных объектов, направленных на увеличение туристского потока и рост доходов от внутреннего и въездного туризма;

- Внедрение образовательных программ в сфере гостеприимства, которые комбинируют теорию и практику.

Итак, подводя итог можно сказать, что средства размещения в санаториях играют немаловажную роль. Сектор размещения в санаториях должен отличаться улучшенными условиями пребывания, современными, комфортабельными номерами и профессиональным обслуживанием. Так же необходимо учитывать, что в санатории люди приезжают с различными заболеваниями, поэтому могут понадобиться дополнительные услуги. Главное для поддержания уровня обслуживания в санаториях – это особое внимание к потребностям каждого гостя.

Если поставленные задачи будут выполнены, то уровень курортного лечения в России будет признан во всем мире. Популярность российских курортов вырастет, а уровень обслуживания будет достоин самого взыскательного клиента.

Список использованных источников и литературы:

1. Балашова, Е.А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса/ Е.А. Балашова.– М.: ООО «Вершина», 2005. – 176 с.

2. Номерной фонд. Классификация гостиничных номеров. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://z-o.ru/nomernoj-fond-klassifikaciya-gostinichnyx-номерov-page3.html>.- Загл. с экрана.

3. Тонкости туризма. Классификация номеров. [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://tonkosti.ru>. – Загл. с экрана.

## ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЕ ОБЪЕКТЫ СМОЛЕНСКОГО РАЙОНА АЛТАЙСКОГО КРАЯ КАК ТУРИСТСКО-ЭКСКУРСИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

Логинов М.Е. – студент, Исаев В.В. – к.и.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

К памятникам истории и культуры относятся объекты недвижимого имущества со связанными с ними произведениями живописи, скульптуры, декоративно-прикладного искусства, объектами науки и техники и иными предметами материальной культуры, возникшие в результате исторических событий, представляющие собой ценность с точки зрения истории, археологии, архитектуры, градостроительства, искусства, науки и техники, эстетики, этнологии или антропологии, социальной культуры и являющиеся свидетельством эпох и цивилизаций, подлинными источниками информации о зарождении и развитии культуры [1].

Смоленский район обладает высоким историко-культурным потенциалом для комплексного развития сферы туризма. Так, на территории района расположено несколько музеев:

1) Смоленский районный краеведческий музей. Экспозиция музея рассказывает об историческом прошлом Смоленского района, природном потенциале. Ежегодно проводятся экскурсии по темам : «История простой вещи» (пуговицы), «Новогодние открытки разных лет» (3090-е гг.), «Пейзажи и фотографии родных мест», «Сын земли родной» (о Михаиле Евдокимове) и др. Одна из экспозиций – «Воспоминания в сувенирах прошлых лет» – запомнится посетителям многообразием статуэток из керамики и стекла, чеканкой и предметами, создававшими уют в домах на протяжении многих лет.

2) Смоленский историко-мемориальный музей А.П. Соболева в с. Смоленском. А.П. Соболев – известный русский писатель-фронтовик. Детство, проведенное на Смоленской земле, в годы становления советской власти на Алтае, оставило неизгладимый след в творческой судьбе будущего писателя. Его рассказы и повести «Грозная степь», «Бушлат на вырост», «Ночная радуга», «Якорей не бросать», «Награде не подлежит» показывают ратный труд рядовых Великой Отечественной войны. Так сложилось, что с 1968 г. Соболев жил вдалеке от

Алтая на западе России, в Калининграде. Город привлекал близостью моря, напоминая о годах молодости. Но писатель безмерно любил свою родину, свой Алтай. Анатолий Пантелеевич похоронен в родном селе Смоленском на Аллее Победы, рядом со своими земляками, погибшими в Великую Отечественную войну, о ком писал он в своих книгах. В 1992 г. организован музей А.П. Соболева.

3) Музей партизанской славы в с. Солоновка открыт в 1965 г. в доме, где в гражданскую войну находился Главный штаб партизанской армии (официально – крестьянской Красной армии Западной Сибири) под командованием Ефима Мефодьевича Мамонтова. Ранее в этом доме жил сельский священник.

4) Дом-музей сибирского крестьянина и Дом-музей немецкого переселенца в с. Новотырышкино [2].

Рассмотрим архитектурные памятники. В дореволюционный период села Алтайского района входили в зону развитой торговли Алтайского горного округа. Этому способствовало географическое положение. Селения занимали промежуточное место между лесостепным Алтаем, где развито хлебопашество, овощеводство, и Горным Алтаем с развитым скотоводством, дёгте - и смолокурением, зверобойным промыслом. Кроме того, сёла Алтайского района служили перевалочными пунктами в товарообмене «иногородческого» (алтайцы) и русскоязычного населения. Наконец, через территорию Алтайского района по Чуйскому тракту (с. Белое, с. Сараса, с. Алтайское и далее на г. Бийск) велась оживленная торговля с Монголией. На территории Алтайской и Курганской волостей сложилась одна из важнейших ярмарочных цепочек. Торговля начиналась на Дмитриевской ярмарке в с. Куяган с 24 по 31 октября. С 3 по 8 ноября торговцы переезжали на ярмарку в с. Тоурак. С 8 по 15 ноября перевозили товары в с. Алтайское на Покровскую ярмарку, которая позже получила название Космодемьянской. С 15 ноября ярмарка перемещалась в село Смоленское, и все завершалось Екатерининской ярмаркой в г. Бийске.

Эти ярмарки были зоной влияния и деятельности крупнейших сельских торговцев – Игнатия Дмитриевича Рождественского, Андрея Платоновича Фирсова, Василия Васильевича Воронцова. Все они были купцами второй гильдии, по товарообороту могли бы быть и купцами первой гильдии, но не хотели за документы переплачивать деньги. К концу 19 века число купцов второй гильдии увеличилось: Георгий Георгиевич в Булатово, Ефрем Анфимович Кремлев в Ае, Григорий Порфирьевич Суханов из Старой Белокурихи, Матвей Васильевич Михеев в Тоураке, Савелий Гаврилович Сабуров в Куягане.

К купцам третьей гильдии относились Иван Захарович Горохов в Сарасе, Дмитрий Александрович Сверчков в Куягане, Флегонт Николаевич Шмелёв в Алтайском и др.

Больше всех оборот был у И. Рождественского, в 1897 году он составил 120 тыс. руб., прибыль – 13200 руб., у А. Фирсова оборот составлял тогда же 25 тыс., прибыль – 2750 руб.

В настоящее время сохранились некоторые торговые помещения тех лет. В магазине купца А. Фирсова сейчас размещается магазин «Строитель».

Магазин И. Рождественского стоял напротив, сейчас в нём находится магазин ювелирных изделий.

Сохранилось и торговое здание купца Александра Степановича Смирнова. В этом красивом помещении старой архитектуры сейчас располагается один из корпусов техникума. В доме Ф.Н. Шмелёва находится магазин «Алтай», в Тоураке в доме М.В. Михеева – школа.

Игнатий Дмитриевич Рождественский происходил из крестьян. Он был владельцем маслодельных заводов в Алтайском, Смоленском, имел также лавки по продаже мануфактурного товара. Он был крупным владельцем недвижимости.

В 1881 году построил в Бийске большой двухэтажный дом, в 1888 году на его средства было построено двухэтажное здание городского общественного собрания. Умер в 1904 году. После смерти дело возглавила вдова – Пелагея Спиридоновна. У Игнатия Дмитриевича было трое сыновей. В 1910 году вместе с сыновьями Пелагея Спиридоновна учредила торговый дом «Наследники И.Д. Рождественского». Торговый дом имел заводы по производству сливочного масла в селах Алтайское, Булухта, Лежаново.

А.С. Смирнов имел подряд на работы по строительству Чуйского тракта, а позже открыл магазины.

Среди культовые сооружения можно отметить:

1) Храм Александра Невского в месте слияния Катуня и Бии. Строительство храма благословил Патриарх Московский и всея Руси Алексей II, побывавший в Бийске в 1991 г. Колокола для церкви были отлиты в Воронеже. Храм был построен оборонным заводом и стал на Алтае первым храмом, построенным после многих лет богоборчества и атеизма.

2) Смоленская церковь в с. Смоленском. В 1898 г. в с. Смоленском был заложен и вскоре построен каменный храм. Судя по архивным снимкам и воспоминаниям жителей села Смоленский храм был красив и величественен, а звон его колоколов был слышен даже в окрестностях Бийска. В годы лихолетья храм был разрушен. В конце XX в. началось строительство нового храма. В 1994 г. по благословению архиепископа Тернопольского и Кременецкого Сергия церкви была подарена храмовая икона: список с чудотворной иконы Смоленской Божией Матери Одигитрии. А уже через год епископ Барнаульский и Алтайский Антоний освятил престол в честь Смоленской иконы Божией Матери, и село вновь обрело свою небесную покровительницу.

3) Часовня в с. Верх-Обском. Часовня построена в память о погибшем губернаторе Алтайского края М.С. Евдокимове. Часовня построена на средства директора фирмы «Малавит» В. Дворникова. Это не первая его помощь в строительстве храмовых сооружений на Алтае.

Отдельно рассмотрим Сибирское подворье, которое представляет собой территорию, разбитую на функционально-тематические зоны: ипподром и конюшни, зона отдыха и развлечений, выставочный центр.

На огромном ипподроме регулярно проходят различные конно-спортивные мероприятия с участием лошадей «Сибирского подворья», а также из других регионов России и ближнего зарубежья. Гостевые конюшни «Сибирского подворья» позволяют принимать около 50 лошадей-участников. Отличная площадка для их представления – гостевая левада площадью 800 кв. м.

Элитные породы лошадей (орловская рысистая, арабская чистокровная, английская скаковая и русский тяжеловоз) вызывают восторг не только у юных посетителей, но и у профессионалов конного спорта.

Все желающие могут научиться верховой езде, покататься на русской тройке либо совершить конные экскурсии в горы. Верховая езда укрепляет осанку, развивает ловкость и гибкость тела, улучшает координацию движений и чувство равновесия, помогает снять стресс, обрести смелость и стойкость. Лошади обладают особой энергетикой, контакт с этими удивительно добрыми животными поможет отвлечься от стремительного темпа жизни, полноценно отдохнуть.

«Сибирское подворье» встречает своих гостей оригинальными воротами в восточном стиле. Те же мотивы угадываются в стилизованной под эпоху средневековья 13-метровой оборонительной вышке, с которой можно полюбоваться красотой предгорий Алтая. Китайские мотивы прослеживаются и на мосту, перекинутом через озеро. Он легок и воздушен – будто парит над водной гладью. Пройдя по нему, вы окажетесь в XVIII веке – у ветряной мельницы, построенной в традициях русских мастеров той эпохи.

Украшением «Сибирского подворья» является живописный пруд с «золотыми» рыбками. Здесь разрешена рыбалка. Пойманную рыбу можно приготовить тут же на мангале.

Любители экстрима могут покататься на снегоходах и квадроциклах.

Одна из достопримечательностей «Сибирского подворья» – «Птичий двор», где представлены румынские и серебристые фазаны, павлины, брамы (рыжие, темные, белые), павловские куры, плимутрок, минорки, шабо, фавероль. В центре внимания – красавцы-страусы. Любимцами отдыхающих являются маралы и пятнистые олени.

В музее под открытым небом представлены предметы, с помощью которых крестьяне управлялись в своем большом и хлопотном хозяйстве. Старая упряжь, сельскохозяйственные

инструменты, сани, телеги.

Дети смогут провести время в сказочном городке «У Лукоморья», где их встретят герои русских сказок: русалка, Баба-Яга, леший, старушка с корытом – творения умельцев Белокурихи.

Здесь регулярно проходят стилизованные праздники, где вы сможете погрузиться в культуру народов, издавна населяющих Алтайский край.

Огромные торгово-выставочные павильоны, площадь которых составляет более 2 000 кв. м, позволяют организовывать выставки-продажи любого уровня.

Для выставок сельскохозяйственных животных предназначены специализированные павильоны с обширной смотровой площадкой.

Таким образом, в комплексе рекреационных ресурсов особое место занимают культурно-исторические ресурсы, представляющие собой наследие прошлых эпох общественного развития. Они служат предпосылкой для организации культурно-познавательных видов рекреационных занятий, на этой основе оптимизируют рекреационную деятельность в целом, выполняя достаточно серьезные воспитательные функции. Образованные культурно-историческими объектами пространства в известной мере определяют локализацию рекреационных потоков и направления экскурсионных маршрутов. Старинные села Смоленского района обладают богатой историей и таят много интересного для любителей туризма.

Список использованных источников и литературы:

1. Федеральный закон от 25.06.2002 № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (ред. от 23.07.2013) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2014) // «Собрание законодательства РФ», 01.07.2002, № 26, ст. 2519.

2. Дирин Д.А., Сеницына Е.Г., Кусков А.С. Кластерный подход к территориальной организации туризма // Известия Алтайского государственного университета. - 2012. - № 3/1(75). - С. 109-114.

**УПРАВЛЕНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ  
ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА В РОССИИ**  
Лугачев С.О. – студент, Хомякова О.В. – к.э.н., доцент  
Алтайский филиал Российской Международной Академии Туризма

При оценке перспектив развития транспорта России необходимо учитывать ситуацию после разделения бывшего Советского Союза на ряд суверенных государств. Стали самостоятельными западные республики с большой густотой сети дорог и высокой плотностью населения. Это привело к тому, что в среднем по России обеспеченность территории железными дорогами снизилась на 35%. Сравнительно густая сеть железных дорог в ее центральной части. Остальная территория страны имеет неразвитую сеть железных дорог.

Особенно низка она в районах Сибири, Забайкалья и Дальнего Востока. В течение многих десятилетий этот район обслуживала только Транссибирская магистраль. Сейчас к нему добавилась Байкало-Амурская магистраль.

Ограниченность насыщения территории железнодорожными трассами привело к крупным экономическим потерям для России в целом. Резко увеличились затраты, связанные с перевозками по железным дорогам необходимых грузов, стали более дорогими. Велики потери, вызванные не сохранностью сельскохозяйственной продукции. При отсутствии железных дорог с огромными трудностями осваиваются новые районы, в том числе и месторождения нефти в Тюменской области. При этом приходится преодолевать дополнительные трудности с перегрузочными операциями, так как при малой густоте

железных дорог невозможно подвести подъездные пути к большинству крупных предприятий.

Следует отметить, что до настоящего времени освоенные территории обеспечивались железными дорогами, построенными в основном до 1917 года. За годы Советской власти прирост сети железных дорог и территории, которые стали осваиваться благодаря строительству новых стальных магистралей, незначительны. В основном построены дороги, которые способствовали освоению новых районов, Турксиб, Южно-Сибирская магистраль, дорога на Воркуту и БАМ. И до сих пор огромные территории на севере России не осваиваются при отсутствии средств сообщения.

В свое время была разработана теория поэтапного усиления пропускной способности железнодорожных линий. Она предполагала осваивать возрастающие объемы перевозок за счет усиления технического оснащения в первую очередь существующих магистралей. Так, в настоящее время существующие двухпутные, особо загруженные электрифицированные железнодорожные линии в состоянии обеспечить выполнение более 200 млн. т/км перевозок в год в обоих направлениях. Магистральный грузооборот всей сети железных дорог бывшего СССР составляет около 4 000 млрд. т/км. Если условно пойти на создание только особо загруженных двух путных дорог, таких как Транссибирская магистраль, то для освоения всего максимального грузооборота сети потребовалось бы всего только около 20000 км железных дорог. Но при такой короткой условной длине многие промышленные города оказались бы отрезанными от железных дорог. Поэтому в данных обстоятельствах внимание необходимо уделять усилению пропускной способности существующих однопутных или строительству новых железных дорог. Сегодня экономика России подошла к новому этапу преобразований, который определяет отрасли новые условия функционирования. Прежде всего – оптимизация промышленного производства.

Это меняет динамику падения на динамику роста объема перевозок, что значительно повышает требования к надежности и устойчивости работ всего железнодорожного транспорта. Необходимо продолжить активную работу по привлечению всех источников доходов в железнодорожном транспорте, используя все возможности формирующейся системы фирменного транспортного обслуживания.

В будущем необходимо остановить тенденцию снижения инвестиций в развитие технической базы и обновления основных фондов. При спаде объемов перевозок за 4 года на 40 % капиталовложения железнодорожного транспорта сократились в 2,5 – 3 раза, а размеры государственной поддержки более чем в 30 раз. Сегодня эксплуатируется 1/3 технических средств, выработавших срок своей службы, что просто недопустимо.

Серьезным направлением повысить деятельность является обновление подвижного состава. В отрасли высока доля изношенного подвижного состава. Выработали ресурсы пассажирские электропоезда, некоторые серии магистральных тепловозов дизель - поездов, грузовых электропоездов постоянного тока на железных дорогах: Октябрьской, Свердловской, Горьковской. Оздоровление пассажирского вагонного парка планируется проводить за счет увеличения объема капитально – восстановительного ремонта и разработки вагонов повышенной комфортабельности, а так же организации их серийного производства.

На современном этапе следует оптимизировать структуру управления. Здесь реального эффекта можно добиться только за счет изменения функции управления во всех звеньях на основе возможностей информатики. Особого внимания заслуживает предложение руководства Восточно-Сибирского железнодорожного управления, которое разрабатывает новую, двух уровневую систему управления дорогой. Главное при этом – обеспечение надежности работы отрасли, сохранение и улучшение социального положения железнодорожников.

Вывод: Сегодня Железные дороги России находятся на новом этапе развития. Серьезным направлением повысить деятельность является обновление подвижного состава. В отрасли высока доля изношенного подвижного состава. Улучшения качества перевозок позволяет сделать транспорт более популярным.

## РОЛЬ АВИАТРАНСПОРТА В МЕЖДУНАРОДНОМ ТУРИЗМЕ

Ляпич У.П. – студент. Хомякова О.В. – к.э.н., доцент  
Алтайский филиал Российской Международной Академии Туризма

Транспорт является одним из важнейших составных элементов материальной базы экономики каждой страны.

С самых давних времён транспорт - это двигатель прогресса. Человек во все времена старался использовать для перевозки грузов и людей любые подручные средства.

Все это дало возможность совершать деловые поездки или просто путешествовать с различными целями и на достаточно большие расстояния. Авиация - самый быстрый и комфортный вид транспорта.

Международный туризм включает в себя передвижение людей из одной страны в другую страну.

В процессе развития международного туризма важное значение имело взаимоотношение его и индустрии транспорта.

Успехи на рынках туризма, а также адекватная транспортная инфраструктура, на сегодняшний день составляют одну из наиболее важных предпосылок развития каждого современного туристского центра.

Соответственно, со своей стороны, спрос в сфере туризма стимулировал достаточно быстрое развитие современных видов транспорта.

Значимую роль в этом процессе сыграли, в том числе, и научно-технические достижения в транспортной индустрии за последние несколько десятилетий.

Туризм в полной мере зависит от транспорта, его уровня безопасности, скорости и комфорта, который предоставляется туристу в течении времени его передвижения. Развитие авиа сдерживается тем, что современные транспортные системы в определенном ряде стран не совсем соответствуют существующим сейчас мировым стандартам в вопросах удобства, эффективности и уровня безопасности.

При этом, транспортные проекты в отношении строительства новых аэропортов, железных и автомобильных дорог в большинстве случаев требуют для успешной реализации большого количества времени и огромных финансовых вливаний.

Сегодня меньше половины суммарного количества международных путешествий осуществляется с использованием наземных дорогам, притом, роль авиационного транспорта повышается ежегодно. А, к примеру, в 1992 году только 5% мировых путешественников пользовались системой железных дорог, предназначенной для международных перемещений.

Притом в основном по территории Европы. 8% в то время путешествовали на паромов и пароходах (к примеру, между Францией и Великобританией, Грецией и Италией, Данией и Швецией), и уже тогда 40% туристов добирались к тому или иному месту назначения используя самолеты.

Согласно данным статистики, темпы роста популярности авиационного транспорта выше, чем автомобильного транспорта. Это обуславливается большим расширением географии современных путешествий и существующей сейчас устойчивой тенденцией, основанной на сокращении сроков путешествия в сторону их частоты, то есть наблюдается постоянный рост краткосрочных туров, которые предусмотрены на дальние расстояния. Это вызывает особо пристальное внимание мирового туристского бизнеса к авиаперевозкам.

Самолеты являются и сейчас самым популярным видом транспорта в мире, то же самое касается авиаперевозок в туризме. Всему этому есть определенный ряд причин:

- Авиация - это наиболее быстрый и комфортный вид транспорта при необходимости переезда на дальние расстояния;

- Сервис на авиационных рейсах в настоящее время имеет вид, достаточно привлекательный для туристов;



- Авиационные компании как напрямую, так и через международные сети резервирования и бронирования билетов на самолет выплачивают турагентам определенные комиссионные абсолютно за каждое забронированное место в самолете, мотивируя этим выбирать именно авиационные перевозки.

Таким образом, авиатранспорт является связывающим звеном в международном туризме.

## УПРАВЛЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТЬЮ КЛИЕНТОВ В ВЕЛНЕС ИНДУСТРИИ

### Г. БАРНАУЛА: НЕКОТОРЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Макарова В. К. – студент, Гокк С. А. – к.п.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Сегодня тема управления лояльностью клиентов приобрела особую актуальность, главным образом, в связи с тем, что для успешного существования в условиях жесткой конкуренции предприятию необходимо не только привлекать новых клиентов, но и стараться продолжить работу с теми, кто уже однажды воспользовался его услугами. Наиболее эффективным инструментом сохранения связи с постоянными клиентами являются программы лояльности. С этой целью современные предприятия разрабатывают и осуществляют мероприятия по повышению уровня лояльности клиентов.

Интерес к поддержанию уровня лояльности клиентов наблюдается и в одном из сегментов сферы услуг г. Барнаула – велнес индустрии. Это не случайный факт. Велнес бизнес на сегодняшний день является достаточно молодой, однако, быстро развивающейся отраслью, характеризующейся высоким уровнем конкуренции. Именно последнее обстоятельство диктует необходимость создания эффективных инструментов формирования и сохранения клиентской базы велнес предприятия.

По мнению Р. Р. Загидуллина, лояльность – это характеристика клиента, покупателя, определяющая его приверженность определенному продавцу, бренду и т. п. [1, с. 606]. Н. С. Носова считает, что лояльность клиента – положительное отношение и постоянство в обращении к услугам одной и той же компании [2, с. 7].

Таким образом, лояльность клиента – это такое его отношение к определенной компании или бренду, при котором он оказывает ему предпочтение и неизменно обращается за оказанием тех или иных услуг. Именно формирование подобного отношения к предприятию со стороны клиента и является целью программ лояльности.

Основная задача любой программы лояльности помимо удержания клиента состоит в увеличении прибыли предприятия, его доходов и доли рынка. Кроме того, проведение программ лояльности предполагает создание базы клиентов, которая может быть использована как стратегический актив компании.

В рамках означенной проблемы нами было предпринято исследование, целью которого стал анализ программ лояльности, действующих на предприятиях сферы велнеса в г. Барнауле. Результаты анализа, согласно концептуальному замыслу исследования, станут источником для разработки конкурентоспособной программы лояльности для велнес клуба «Адриатика».

Для анализа были выбраны предприятия, составляющие конкурентную среду клуба, а именно: фитнес-клуб «Аврора», фитнес-клуб «Максима» и велнес клуб «Магис-Спорт».

Фитнес-клуб «Аврора» открыл свои двери для первых посетителей в ноябре 2003 года. Выгодное расположение в центре города по адресу пр. Строителей 8а, позволил компании охватить тех клиентов, которые проживают в Центральном и Ленинском районах Барнаула. К основным конкурентным преимуществам данной компании можно отнести: выгодное расположение в центре города, историческое здание (ранее здесь размещался бассейн «Аврора», известный многим жителям города), бассейн, достаточно продолжительная история существования и деятельности клуба.

Для управления лояльностью клиентов фитнес-клуб «Аврора» использует

преимущественно такой тип программ лояльности, как акции. Специальные предложения или акции предполагают предоставление особых условий, действующих в определенные периоды времени для ограниченного круга потребителей. Так, в настоящее время клуб предлагает следующие программы: «Фитнес в кредит» (специальное предложение от банка партнера, рассрочка платежа на выгодных условиях на все клубные карты), Детская карта на 12 месяцев+30 дней заморозки, Полная карта на 12 месяцев+30 дней заморозки, Дневная карта на 12 месяцев + 30 дней заморозки, Карта «Фитнес-мама». Кроме того, для работы с корпоративными клиентами в клубе действует система предоставления дополнительных скидок при одновременной покупке от пяти карт. Также находится в разработке бонусная программа лояльности.

Фитнес-клуб «Максима» основан на базе «Центра Оздоровительной Аэробики», которым руководила Ольга Мешкова, мастер-тренер России, представитель координационного совета России по фитнесу. Благодаря ей, в сентябре 2006 года был открыт фитнес-клуб в одном из самых перспективных районов города – в «Квартале 2000» – на пересечении улиц Балтийская и Лазурная. Именно расположение клуба в центре района новостроек делает его одним из основных конкурентов велнес клуба «Адриатика».

Основными конкурентными преимуществами фитнес-клуба «Максима» являются доступные цены, продолжительный период существования на рынке. Однако, клуб имеет очень большой недостаток – отсутствие бассейна, что приводит к потере клиентов, заинтересованных в водных занятиях.

В качестве мероприятий, поддерживающих лояльность клиентов, клуб использует только акции и специальные предложения, причем, как правило, такие акции приурочены к определенным датам и праздникам. Так, например, к 14 февраля была проведена акция «Приготовься к комплиментам» (предлагаем клубные карты и абонементы в тренажерный зал на 3, 6 и 12 месяцев по специальной цене, при оформлении вдвоем цена еще лучше), а к 1 апреля – акция «1 апреля! Нешуточные скидки!» (только 1 день, 1 апреля, годовая клубная карта за 14 900). Программы лояльности для корпоративных клиентов на предприятии отсутствуют.

Велнес клуб «Магис-Спорт» начал свою деятельность в 2009 году. Он расположен по адресу ул. Взлетная, 25. Велнесс-клуб «Магис-Спорт» построен по специальному проекту и является самым крупным в Сибири. Его площадь составляет около 6000 кв.м. В силу своего расположения и спектра услуг велнес клуб «Магис-Спорт» относится к наиболее серьезным конкурентам велнес клуба «Адриатика».

Клуб также проводит акции и предоставляет специальные предложения клиентам, например, «Весенние акции от салона «Магис-SPA» (серия предложений с различными скидками на spa-услуги клуба), кроме того, клуб проводит коалиционные акции. Так, 25 февраля был запущен проект «Карты «Бахетле» – для членов Клуба «Магис-Спорт»» (в департаменте сервиса «Магис-Спорт» члены клуба могут оформить бонусную карту супермаркета домашней еды «Бахетле»). Кроме того, внутри клуба существует Детский клуб, который является примером программы лояльности клубного типа. В Детском клубе проводятся занятия для детей различного возраста, и в пределах каждой возрастной группы предусмотрен наиболее оптимальный формат для того, чтобы дети могли осваивать новое с интересом и максимальным эффектом. Для корпоративных клиентов на территории клуба действует специальное предложение.

Говоря о программах лояльности велнес клуба «Адриатика», расположенного по адресу ул. Попова 167а, заметим, что на данный момент в нем действуют следующие программы: акции и специальные предложения («Летняя цена на карту выходного дня», «Фитнес другу – вам подарок»), Детский клуб (детский лагерь, подготовка к школе, проведение праздников), пригласительные акции (гостевой визит для друзей клиентов компании, бесплатный тренинг «Ты то, что ты ешь»). Программы для корпоративных клиентов отсутствуют.

Анализ показал, что предприятие не использует полностью преимущества велнес индустрии для управления лояльностью посетителей. Так, клубная организация компании

заранее предполагает создание упорядоченной базы клиентов, кроме того, она создает основу для проведения программ лояльности закрытого, клубного типа, что может положительно сказываться на имидже компании. Также велнес клуб, в основном, использует непродолжительные программы сезонного характера – всевозможные акции и скидки, упуская возможность использования более длительных программ, например, бонусной программы лояльности. Между тем, именно бонусные программы считаются наиболее эффективными и популярными мероприятиями в современных рыночных условиях.

Таким образом, в результате исследования нами сделан вывод о том, что наиболее распространенным типом программ лояльности среди предприятий сферы фитнес индустрии города Барнаула являются акции и специальные предложения. Также некоторые клубы предлагают Детский клуб и специальные условия для корпоративных клиентов. Более масштабные продолжительные программы, такие, как бонусная программа лояльности, не применяется ни в одном из клубов. Что касается работы в направлении B2C, то есть работы с корпоративными клиентами, здесь наблюдается отсутствие комплексных программ лояльности, за исключением отдельных специальных предложений.

Данные результатов исследования были нами учтены и положены в основу разработки программы лояльности для велнес клуба «Адриатика».

Список использованных источников и литературы:

1. Загидуллин, Р. Р. Современные тенденции использования программ лояльности и co-brand проектов / Р. Р. Загидуллин // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2006. – № 6. – С. 606-615.
2. Носова, Н. С. Лояльность клиентов, или как удержать старых и привлечь новых клиентов / Н. С. Носова. – М. : Дашков и Ко ; Саратов : Анлейс, 2012.
3. Цуневская, О. Я. Автоматизация программ лояльности на основе CRM-технологий / О. Я. Цуневская // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2008. – № 6. – С. 478-495.

## СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ САНАТОРНО-КУРОРТНОЙ ОТРАСЛИ АЗЕРБАЙДЖАНА

Мамедов К.Э. - студент, Биттер Н. В. - к.п.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Развитию санаторно-курортной отрасли в Азербайджане способствуют природно-климатические ресурсы. Климатические ресурсы республики позволяют осуществлять санаторно-курортное лечение по многим направлениям. Рассмотрим основные рекреационные особенности Азербайджана. Большой интерес представляют бальнеологические, климатические и уникальные нафталановые курорты. Нафталан является одним из молодых городов Азербайджана, основным рекреационным объектом которого является лечебная чудо-нефть, не имеющая аналогов в мире. Город является уникальным бальнеологическим курортом Азербайджана. Основным лечебным ресурсом является горное масло Нафталан. Оздоровительный и лечебный эффект мази обусловлен ее составом: нафтеновые и ароматическими углеводородами, физиологически активных микроэлементов, такие как бор, цинк, марганец, йод, кобальт, медь, молибден, и другие, что и придает маслу лечебные свойства [1].

Курорт, основным лечебным фактором которого был нафталан, открыт в 1935 году. Особая нафталанская нефть, хорошо известная своими лечебными свойствами в народной медицине, принесла небольшому поселению Нафталан, расположенному в северных предгорьях Малого Кавказа в долине реки Нафталан, всемирную известность. Сегодня в мире два месторождения нафталана, на которых построены курорты - Нафталан в Азербайджане и Нафталан в Хорватии, основанный в 1989 году [2].

Высокое качество оздоровления на курорте связано с электронным управлением процессом регенерации и стерилизации нафталана, а именно с использованием этого

уникального природного ресурса и его экстраординарных целебных свойств. Также на курорте используются термальные (65°C) хлоридные натриевые воды, содержащие йод и фтор, которые добываются с глубины 1300 метров, они применяются для разведения нафталина, бальнеопроцедур и в бассейнах. Высокий фактор оздоровления на курорте связан с применением современной физиотерапии, кинезитерапии, массажа, гидротерапии, подводного массажа, лечебной физкультуры, диетотерапии.

Основные показания для прохождения курса оздоровления и лечения на курорте являются: заболевания кожи (псориаз, экзема, нейродермит); опорно-двигательного аппарата: воспалительные и дегенеративные заболевания суставов, реабилитация после травм и операций; периферической нервной системы: полинейропатии, парезы, восстановление после ожогов.

Рассмотрим Апшеронскую группу курортов – это климатические и бальнеогрязевые курорты и курортные местности в Республике Азербайджан, расположенные на Апшеронском полуострове (вдаётся в море на 75 км), на западном берегу Каспийского моря. В Апшеронскую группу курортов входят курорты: Бильгях, Пиршага, Загульба и климатические курортные местности: Сарай, Фатмаи, Нардаран, курорты Бузовна, Шувелян и Мардакян, курорт Шихово и курортная местность Сураханы на южном побережье полуострова. Данные курорты связаны между собой и с центром Баку. Лечебную грязь соленых озер, а также минеральные воды апшеронских источников применяют в санаторно-курортных учреждениях Азербайджана. Основные показания для лечения на курортах Апшеронского полуострова: заболевания сердечно-сосудистой системы, органов дыхания (в т. ч. туберкулёз), функциональные расстройства нервной системы, болезни костно-мышечной системы (органов движения и опоры), периферической нервной системы, гинекологические заболевания [2]. Исти Су – горячие родники Ленкорани известны еще с древних времен. О лечебных особенностях этих родниковых вод стало известно в XIV веке.

Турбаза и лечебно-оздоровительный комплекс «Исти Су» расположены поблизости от Ленкоранско-Лерикской дороги, в 12-ти километрах к западу от районного центра, у подножия Тальшских гор.

Горячая минеральная вода «Хавзава» расположена поблизости от Ленкоран-Борадигах-Лерикской железной дороги, в 13-ти километрах к западу от районного центра, у подножия Тальшских гор. Водой этого родника, для лечения кожных заболеваний, пользовались еще в XVIII – XIX веках. В настоящее время здесь функционирует лечебно-оздоровительный комплекс насыщенная серой и гидрокарбонатом теплая вода родника, очень полезна для лечения кожных заболеваний.

Перейдем к рассмотрению Соляных копий Дуздага. В подземном отделе физиотерапевтической больницы, действующей в Нахчыване, находят излечение больные не только из Азербайджана, но приезжающие из стран СНГ. Подземный отдел физиотерапевтической больницы, действующей в Дуздаге, расположен в 15 км от города Нахчывана и находится на глубине 1500 метров в одной из шахт. Здесь среди соляных наслоений, достигающих толщины 10–12 м, кислород составляет ровно 20 процентов воздуха. Этот чистый кислород является целительным для страдающих от болезни легких. Богатые минералы в составе соли, обладающие антибактериальными свойствами, и химические элементы положительно влияют на организм. Созданный кислородом и богатым соляными минералами воздух ускоряет лечение больных бронхиальной астмой, хроническими аллергическими синусопатиями, хроническим бронхитом и подобными болезнями. В подземной лечебнице могут лечиться больные всех возрастов. В настоящее время в подземном отделе Нахчыванской физиотерапевтической больницы насчитывается 250 койко-мест. Начавшиеся в 2007 г. строительство современного типа санатория включает также в себя и большой спортивно-оздоровительный комплекс. В будущем находящиеся здесь на лечении больные могут заниматься отдельными видами спорта, получают возможности пользоваться зелеными футбольными площадками и большим плавательным бассейном. Одним словом, здесь будет оздоровительный центр, отвечающий европейским

стандартам.

Таким образом, мы видим, что на сегодняшний день санаторно-курортная отрасль Азербайджана развивается достаточно хорошо. Этому способствуют рекреационные особенности республики.

Список использованных источников и литературы:

1. Караев А.И. Нафталанская нефть, её биологическое действие и лечебное применение. / А. И. Караев, Р. К. Алиев, А. З. Бабаев – М. 1959. – 87с.
2. Лечение в санаториях КавМинВод – Режим доступа: [http://info-tour.org/geo\\_hm/chapter3/a\\_1.html](http://info-tour.org/geo_hm/chapter3/a_1.html) – Загл. с экрана.

## НОВЫЕ ПОДХОДЫ В КОМПЛЕКСНОЙ РЕАБИЛИТАЦИИ ОТДЫХАЮЩИХ С ОСНОВНЫМИ ЗАБОЛЕВАНИЯМИ ОПОРНО-ДВИГАТЕЛЬНОГО АППАРАТА И ТРАВМАТОЛОГИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ В САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Мамутина В. Л. – студент, Панин Е. Л. – к.м.н., доцент, Соколов В. Ю.- врач,  
Панина Е. А. - врач

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Отдыхающие травматологического профиля требуют реабилитации и восстановления, так как длительная неподвижность определенной части тела приводит к гипотрофии мышц, ограничению движения суставов и трофическим изменениям конечностей. То есть полное выздоровление зависит не только от медицинской помощи, оказанной после травмы, но, в значительной степени, и от реабилитационных мероприятий.

Восстановление и реабилитация – трудоемкий и ответственный процесс, включающий в себя использование самых разнообразных методик, направленных как на восстановление движения, так и на восстановление других важных функций организма, угнетенных в результате травмы [1].

Реабилитация, или восстановительное лечение, – это процесс и система медицинских, психологических, педагогических, социально-экономических мероприятий, направленных на устранение или возможно более полную компенсацию ограничений жизнедеятельности, вызванных нарушением здоровья со стойким расстройством функций организма. Восстановительное лечение необходимо, когда у больного значительно снижены функциональные способности, способности к обучению, нарушены трудовая деятельность, социальные отношения и т. д. [2].

В период восстановительного лечения важно использовать комплексные методики, которые в полном объеме предлагают санаторно-курортные организации. В санаториях для каждого больного составляется индивидуальная программа реабилитации, которая представляет собой перечень реабилитационных мероприятий, направленных на восстановление способностей пациента к бытовой, социальной, профессиональной деятельности в соответствии с его потребностями, кругом интересов, с учетом прогнозируемого уровня его физического и психического состояния, выносливости. Программа реабилитации составляется и реализуется только при согласии пациента или его законного представителя.

Основной и конечной целью нашего исследования было проанализировать основные программы, методы и методики в комплексной реабилитации отдыхающих травматологического профиля в ведущих санаторно-курортных учреждениях РФ и предложить новые подходы в реабилитации данной группы отдыхающих в санатории-профилактории Березовая роща и санатории Барнаульский [4].

В процессе исследования были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть основные подходы в комплексной реабилитации больных

травматологического профиля в ведущих санаторно-курортных учреждениях России;

- проанализировать основные виды деятельности и методы комплексной реабилитации, отдыхающих травматологического профиля в санатории- профилактории Березовая роща и санатории Барнаульский.

- разработать новые подходы для комплексной реабилитации для больных травматологического профиля в санатории—профилактории Березовая роща.

- изучить эффективность внедренных новых подходов в комплексной реабилитации отдыхающих травматологического профиля в санатории – профилактории Березовая роща.

- предложить скорректированные новые подходы в реабилитации отдыхающих травматологического профиля в санатории-профилактории Березовая роща.

Мы проанализировали особенности применения методики механотерапии с применением мезопунктуры препарата Алфутоба и ЛФК, при заболеваниях опорно-двигательного аппарата. Курс лечения в санаторно-курортном учреждении назначает лечащий врач, а врач-специалист определяет методику занятий. При назначении курса механотерапии с применением мезопунктуры Алфутоба, врач учитывает особенности заболевания, характер, степень и стадию болезненного процесса, происходящего в системах и органах человеческого организма. Важным условием в методике занятия имеет дозировка физической нагрузки, которая определяется рядом показателей. К ним относятся: подбор оптимальных колебаний, который строится на основе принципа постепенности: от простого к сложному. Продолжительность упражнений определяется временем, затрачиваемым больным на их выполнение. Число повторений определяется характером заболевания и особенностью движений [5].

На следующем этапе нашего исследования мы проанализировали основные виды деятельности и лечебную базу санатория-профилактория «Березовая роща» и санатория «Барнаульский». Была проанализирована основная лечебно-оздоровительная деятельность центров, проведено знакомство с персоналом, их квалификацией, а также мнение гостей о санатории. Для этого в содружестве с руководителем преддипломной практики от предприятия и на основе специализированной литературы, нами была разработана анкета для выявления мнения потребителей услуг, а также персонала. Затем изучены основные подходы в комплексной реабилитации лечения больных травматологического профиля и проведена их оценка.

В план нашего исследования входило также предложить новые подходы в комплексной реабилитации больных травматологического и выявить недостатки при анализе эффективности новых подходов в комплексной реабилитации больных травматологического профиля в санатории- профилактории Березовая роща и санатории Барнаульский [6].

Был предложен новый комплекс методов и методик реабилитации отдыхающих с заболеванием опорно-двигательного аппарата и последствием травм (артрозы, контрактуры и др.) Этот комплекс состоит из следующих методик: ультразвуковая терапия (УЗ), магнитотерапия, ванны с бишофитом, ЛФК, массаж, механотерапия и ингаляции препарата Алфутоб в болевые точки. Курс реабилитации рассчитан на 14-21 день лечения в санатории.

Под нашим наблюдением находилось 70 отдыхающих, которым был назначен предложенный нами лечебный комплекс. После повторного анкетирования отдыхающих и их обследования были получены данные, что применение предложенного лечебного комплекса у отдыхающих данной группы дало положительные результаты: уменьшились боли в суставах, увеличился объем движений, повысилась работоспособность, улучшился сон и настроение.

Список использованных источников и литературы:

1. Белова, А. Н. Реабилитация больных / А. Н. Белова, С. В. Прокопенко. - М. : Изд-во ИП «Т. А. Алексеева», 2013. - 288 с.

2. Ибатов, А. Д. Основы реабилитологии: учеб. пособие / А. Д. Ибатов, С. В. Пушкина. - М.: ГЭОТАР-Медиа, 2007. - 160 с.

3. Физиотерапия: учебное пособие / Г. Ш. Гафиятуллина - М.: ГЭОТАР-Медиа, 2010. -

272 с.

4. Реабилитация и санаторно-курортное лечения в Российской Федерации / Л. А. Дмитриев // Главный врач. - 2014. - № 4. - С. 8-15.

5. Санаторий-профилакторий «Березовая роща» / [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://alttur22.ru/turizm1/reestr\\_organizacij/sanatornokurortnye\\_uchrezhdeniya/pervomaiskii\\_rajon/san\\_pervomaiskii\\_raion\\_3/](http://alttur22.ru/turizm1/reestr_organizacij/sanatornokurortnye_uchrezhdeniya/pervomaiskii_rajon/san_pervomaiskii_raion_3/).

6. Медицинская реабилитация. В 3 т. Т. 2 / под ред. В. М. Боголюбова. - М., 2007. - 632 с.

## РЕКРЕАЦИОННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ОСНОВНЫХ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ОТДЫХА РОССИЙСКИХ ТУРИСТОВ

Меркушева А.А. - студент, Панин Е.Л. - к.м.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

По данным фонда «Общественное мнение», 63% россиян не уделяют своему здоровью должного внимания, не заботятся о нём в повседневной жизни. В нашей стране люди не до конца понимают назначение оздоровительного туризма и предпочитают участвовать в лечебном туризме, когда намного легче провести профилактику, чем устранять последствия заболевания организма. Именно поэтому оздоровительный туризм нуждается в более широком изучении и продвижении.

В то же время, в доступной нам научной литературе мы не нашли достаточных сведений об рекреационных возможностях основных зарубежных стран для организации оздоровительного отдыха. Мы решили составить рейтинг наиболее ценных для организации оздоровительного отдыха зарубежных стран.

По данным литературных источников, научных исследований Крымского республиканского НИИ физических методов лечения и медицинской климатологии им. И. М. Сеченова и данных 6 летних исследований кафедры «Сервис и туризм» (специализация Курортное дело), нами были разработаны критерии для оценки рекреационных возможностей курортов основных зарубежных стран. Курорты зарубежных стран, и их возможности для организации оздоровительного отдыха, оценивались в баллах от 1 до 10 по следующим основным показателям: месторасположение, климатические условия, наличие природных лечебных факторов, количество туристов и рекреантов, посещающих данные курорты с оздоровительными и другими целями, наличие в данном регионе курортов (санаториев, SPA-центров и др.), эстетическая ценность данного региона (историко-культурные памятники, музеи, памятники природы, заповедники), уровень развития инфраструктуры региона (авиатранспорт, морской транспорт, железнодорожный транспорт, автомобильный транспорт, метро), уровень безопасности страны (частота природных катаклизмов, возможность возникновения террористических актов, преступность), перспективность развития, инвестиционная привлекательность,

В результате нашего исследования были изучены 20 наиболее популярных зарубежных стран по туристско-рекреационным возможностям для организации оздоровительного отдыха.

В результате оценки туристско-рекреационных возможностей курортов, популярных среди российских туристов, выявлены наиболее благоприятные для оздоровления страны для различных видов рекреации. Основываясь на полученных данных, нами был составлен рейтинг наиболее популярных зарубежных стран по туристско-рекреационным возможностям, для организации оздоровительного отдыха.

Таблица 1.

Рейтинг зарубежных стран по туристско-рекреационным возможностям для организации оздоровительного отдыха туристов

Страны	Показатели										
	0,7	0,9	0,9	0,6	0,7	0,5	0,5	0,5	0,6	0,8	-
Критерии	Месторасположение	Климатические условия	Наличие природных лечебных факторов	Количество туристов	Наличие туристов	Эстетическая ценность	инфраструктура	безопасность	перспективность	Возможно оздоровительного отдыха	Общее количество баллов
Канарские острова	7	7,2	8,1	5,4	7	5	4,5	5	5,4	7,2	66,5
Острова Мадейра	7	7,2	7,2	4,8	6,3	5	4,5	4,5	5	7,2	58,7
Остров Томпсон	7	7,2	8,1	4,2	6,3	5	4	4,5	5,4	7,2	58,9
Португалия	7	8,1	8,1	3,6	4,2	5	4,5	4,5	8,6	7,2	60,8
Хорватия	7	8,1	8,1	3,6	4,2	5	4	4	4,2	7,2	56,4
Франция	6,3	8,1	6,3	4,2	4,9	5,6	5,6	4	4,8	6,4	56,2
Италия	6,3	8,1	6,3	4,8	5,6	4,5	4,5	4	4,8	6,4	55,3
Испания	5,6	7,2	4,8	4,2	4,9	5,6	5,6	3,5	4,8	5,6	51,8
Тунис	5,6	6,3	6,3	4,8	5,6	3,5	3,5	4	4,2	5,6	49,4
Швейцария	6,3	5,4	8,1	4,2	4,2	4	4	3,5	4	5,6	49,3
Германия	6,3	6,3	4,8	4,2	4,2	3,5	4	4	5,4	5,6	48,3
Чехия	6,3	6,3	6,3	4,2	4,2	3,5	3,5	3,5	5,4	4,8	48
Словакия	6,3	5,4	6,3	3,6	4,9	4	3,5	3	5,4	4,8	47,2
Болгария	6,3	6,3	5,4	4,8	4,9	3	3	3,5	4,8	5,6	47,6
Румыния	6,3	5,4	6,3	4,2	5,6	3,5	4	3,5	3,6	4,8	47,2
Украина	6,3	5,4	5,4	3	4,9	3	3	3,5	3,6	4,8	42,9
Турция	4,9	5,4	4,5	3,6	4,2	3,5	2,2	4,2	3,5	4	40
Египет	4,2	5,4	5,4	3	4,9	4	2,5	3,6	4	4	41
Израиль	4,2	5,4	4,5	3,6	3,5	3,5	2,5	3,6	4,8	4	39,6
Кипр	4,9	5,4	5,4	4,2	4,9	2,5	3	4,2	5,6	3,2	43,3

К наиболее рекреационно ценным следует отнести курорты Канарских островов, островов Мадейра и острова Томпсон. Большую часть года они оптимальны для климатической рекреации, солнечная активность позволяет круглогодичные гелео



процедуры, а температура воды комфортна для купания.

На второе место можно поставить курорты континентального побережья Португалии, особенно южной части. Данные курорты практически совпадают по оптимальности с курортами стран северного Средиземноморья, но климат этой части зимой намного мягче климата стран северного Средиземноморья.

Третье место в рейтинге занимают страны северного Средиземноморья (Хорватия, Франция). В летний период эти страны отличаются оптимальным климатом и теплой морской водой, теплой продолжительной осенью и мягкой зимой с минимальным уровнем дискомфорта. Наиболее рекреационно комфортные места для отдыха: средиземноморские курорты Франции, север Хорватии.

Четвертое место рейтинга занимают страны юго-западного Средиземноморья (Испания, Италия, Тунис). Не смотря на географическую удаленность сюда же можно отнести юг Хорватии, так как его характеристики во многом совпадают. В целом страны этой части благоприятны для рекреации, кроме июля, августа и сентября. В это время года преобладает жаркая и душная погода. Наиболее рекреационно ценными являются север Туниса и юг Италии.

На пятое место рейтинга по возможности оздоровительного отдыха выходят страны центральной Европы (Германия, Швейцария, Словакия, Чехия). Преимуществом этих стран является отсутствие резких перепадов температур, чистый воздух, разнообразие лесов. Тем не менее, разнообразие климата не позволяет многим рекреантам отдыхать в этих странах круглый год. Наиболее благоприятное время года для оздоровительного отдыха конец весны – середина лета, конец лета-середина осени. Наиболее рекреационно ценные места: юг Германии (на севере зимой достаточно холодно и сыро из-за Балтийского моря), юго-запад Швейцарии.

Шестое место в рейтинге занимают страны северного Причерноморья (Болгария, Румыния, Украина). Лето в этом регионе довольно теплое, тихое, хоть и немного душное. В то же время этот регион отличается холодной и сырой зимой.

Последнее место занимают страны юго-восточного Средиземноморья (Греция, Турция, Израиль, Кипр). Этот регион отличается очень жарким и душным летом, которое опасно перегревом даже для здоровых людей. Также характерными для этих стран являются частые осадки. Благоприятные сезоны для отдыха в этом регионе - весна (конец апреля- начало июня) и осень (конец сентября- начало ноября).

#### Список использованных источников и литературы

1. Бокша, В.Г. Медицинская климатология и климатотерапия / В.Г. Бокша, Б.В. Богущкий. – Киев, 1980. -318 с.
2. Ветитнев, А.М. Курортное дело: учеб. пособие для вузов по специальности 100103 «Социально-культурный сервис и туризм» / А.М. Ветинский, Л.Б. Журавлева. – М.: КНОРУС, 2006. -527 с.
3. Панин Е.Л. Индустрия оздоровительного отдыха в России и за рубежом: учебное пособие по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» для студентов специализации «Курортное дело» / Е.Л. Панин. – Барнаул: «Мастер Принт», 2006 – 385 с.
4. Северов, М. Медицинский туризм, оздоровительный отдых в России и лечение в санаториях становятся все более востребованными и популярными среди платежеспособных россиян [Электронный ресурс]. / М. Северов. – Режим доступа: <http://www.spbgid.ru/index.html>. – Загл. с экрана.
5. О курортах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ladatour.ru/cure.html>. – Загл. с экрана

# СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СЕТИ ДИСКОНТ-БАРОВ KILLFISH СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Мулёва Д.В. - студент, Панин Е.Л. - к.м.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В настоящее время в нашей стране особое значение придается вопросам практического применения современных методов управления человеческими ресурсами, которые в свою очередь повышают социально-экономическую эффективность любого предприятия. [2]

Современная теория управления предприятием предполагает выделение из большого числа сфер управления именно ту, которая связана с управлением кадровой составляющей производства – персоналом предприятия. В своих научных работах данная тема изучалась рядом авторов. [1]

Некоторые вопросы управления персоналом, с учетом специфики ресторанного бизнеса, еще не исследованы.

В условиях постоянно нарастающей конкуренции на рынке сферы услуг, наиболее важным компонентом конкурентоспособности является персонал организации и система управления персоналом.

Специфика российского рынка в целом и ресторанного бизнеса, в частности, имеет влияние на возможность использования различных технологий и методов управления персоналом в процессе совершенствования деятельности в заведениях сетевого формата. Актуальной остается задача создания таких технологий управления персоналом, которые учитывали бы особенность деятельности заведений общественного питания сетевого формата, а также являлись осуществимыми на практике.

Целью нашей работы стал анализ основных подходов в системе управления персоналом в заведениях общественного питания сетевого формата в крупных регионах России и ведущих Европейских странах, и предложить новые подходы к системе управления персоналом в сети дисконт-баров KILLFISH г. Барнаула.

Для достижения поставленной цели, были решены следующие задачи:

1. Проанализированы основные подходы в системе управления персоналом в заведениях общественного питания сетевого формата в основных регионах России и ведущих Европейских странах.

2. Проанализирована система управления персоналом в сети дисконт-баров «KILLFISH» и разработаны новые подходы в системе управления персоналом для данного предприятия.

3. Изучена эффективность новых подходов в системе управления персоналом для дисконт-бара «KILLFISH» г. Барнаула.

4. Предложены скорректированные новые подходы в системе управления персоналом для дисконт-бара «KILLFISH» г. Барнаула.

Научная новизна работы состоит в разработке практических рекомендаций по эффективному управлению персоналом в заведениях общественного питания, входящим в сетевую структуру.

В ходе анализа опыта деятельности крупных сетевых предприятий общественного питания в нескольких городах России (Санкт-Петербург, Москва, Новосибирск) и ведущих Зарубежных странах, были выявлены некоторые особенности. Системы и методы управления персоналом разработаны на высоком уровне, постоянно контролируются руководителями и модернизируются.

На следующем этапе нашего исследования мы провели анализ основных видов деятельности сети дисконт-баров KILLFISH г. Барнаула. Была проанализирована форма обслуживания гостей в заведении, корпоративная культура, существующая система управления персоналом. Так же был проведен сравнительный анализ дисконт-бара KILLFISH с другими сетевыми предприятиями г. Барнаул (Traveler's Coffee, Крем-Кофе Холл, Бар «Ганс») по системе управления персоналом. Данный анализ помог нам выявить сильные и слабые стороны конкурентов в управлении и мотивации своего персонала, а также

просмотреть возможные варианты внедрения для своего заведения некоторых нововведений в политику управления человеческими ресурсами. Исследование проводилось нами, совместно со специалистом по управлению персоналом в дисконт-баре KILLFISH.

По мимо этого мы проводили опросы работников и гостей дисконт - бара KILLFISH г. Барнаула, для выявления эффективности методов управления персоналом в дисконт-баре. [5]. Для этого в содружестве с руководителем преддипломной практики от предприятия и на основе специализированной литературы, нами была разработана анкета для выявления мнения потребителей услуг, а также персонала дисконт-бара KILLFISH.

После проведения первичного исследования были разработаны и предложены новые подходы в системе управления персоналом в дисконт - баре KILLFISH г. Барнаула. В дальнейшем было проведено повторное анкетирование и выявлены недостатки предложенных нами подходов, после чего комплекс был доработан и адаптирован для данного предприятия. Скорректированные новые подходы в системе управления персоналом были вынесены на рассмотрение собрания администрации дисконт - бара «KILLFISH» и основные положения приняты для развития на данном предприятии в 2016 году.

Список использованных источников и литературы:

1. Егоршин А.П. Управление персоналом. / Егоршин А.П. Н. Новгород. НИМБ, 2001. - 720 с.
2. Таробинский Э.Е. Как управлять персоналом? / - М.: АО Бизнес-школа Интел-Синтез, 1995. - 203 с.
3. Агамирова Е.В. Управление персоналом в туризме и гостиничном - ресторанном бизнесе: Практикум. / М.: Проспект, 2005. – 432 с.
4. Мумладзе Р. Г. Управление персоналом как метод достижения конкурентного преимущества // Маркетинг. - 2002. - № 3. - С. 113-116.
5. Ядов, В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы / В.А. Ядов. – Самара: Изд-во «Самарский университет», 1995. –С. 332-349.

## ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ Г. КАМЕНЬ-НА-ОБИ И КАМЕНСКОГО РАЙОНА АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Никишин Р.В. - студент, Исаев В.В. - к.и.н., доцент

Алтайский государственный технический университет имени И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Туристские ресурсы города Камень-на-Оби и Каменского района представлены архитектурными и археологическими памятниками, историко-культурными традициями, природными ресурсами, что позволяет развивать познавательный туризм в различных формах. Наиболее широким спросом на наш взгляд могут пользоваться экскурсии с историко-культурной тематикой, в которой отражено прошлое района и города. Тема обзорной экскурсии, разработанная нами, носит название «По следам истории Каменской земли».

Экскурсия разработана для местных жителей и гостей, любой возрастной категории. Количество экскурсантов от 10 до 30 человек + один экскурсовод.

Экскурсоводом может являться директор краеведческого музея, либо другой работник сферы культуры и образования, который хорошо знает историю и культуру района.

Продолжительность экскурсии 8 часов, протяжённость – 19 км (23 км в зимнее время) :

- от краеведческого музея (дом купца Винокурова) до усадьбы Зорина расстояние составляет 320 м;

- от усадьбы Зорина до зернохранилища «Мастодонт» (развалины) – 260 м;

- от зернохранилища «Мастодонт» (развалины) до дома купца Пудовкина – 680 м;

- от дома купца Пудовкина до дома купца Хомутова - 1,1 км;

- от дома купца Хомутова до Богоявленского собора – 160 м;

- от Богоявленского собора до паровой мельницы и лесопильного завода Фалькова – 340 м;

- от паровой мельницы Фалькова до здания пароходства Фуксмана - 1.2 км;

- от здания пароходства Фуксмана на катере вниз по р. Обь до древнего городища «Раздумье» (вблизи села Дресвянка) - 7,2 км (в период ледостава на автобусе, при этом маршрут увеличивается на 2 км и составляет 9.2 км)

- от древнего городища «Раздумье» (вблизи села Дресвянка) до здания пароходства Фуксмана - 7,2 км (в период ледостава на автобусе, при этом маршрут увеличивается на 2 км и составляет 9.2 км).

Основными объектами при показе будут непосредственно:

- краеведческий музей (дом купца Винокурова);

- усадьба купца Зорина;

- зернохранилище «Мастодонт» (развалины);

- дом купца Пудовкина;

- дом купца Хомутова;

- Богоявленский собор;

- паровая мельница Фалькова;

- здание пароходства Фуксмана;

- виды на живописные места Каменского района и места расположения древнего городища «Раздумье».

В ходе экскурсии планируется 8 остановок для осмотра объектов показа. Во время изучения маршрута экскурсии было выявлено, что затруднений в подъездах к объектам показа нет, за исключением в зимний период просёлочной дороги до древнего городища «Раздумье», которая может стать труднопроходимой в период обильного снегопада. Проблем со стоянками автобуса нет. Подходы к объектам также вполне удобны, сложностей с размещением автобуса не возникнет.

Разработанная экскурсия является обзорной. Обзорная экскурсия «По следам истории Каменской земли» строится на показе памятников истории и культуры, природных объектов.

Экскурсия является комплексной, сочетающих несколько мест посещения.

Способом передвижения экскурсантов в летний период будет речной транспорт, в зимнее время автотранспорт.

Экскурсия включает в себя элементы экскурсии-прогулки. Экскурсантам представится возможность сочетания не только знакомства с историческими и природными достопримечательностями, но и отдыха на природе.

При проведении экскурсии «По следам истории Каменской земли» возможным и желательным будет использование следующих методических приёмов.

Приём предварительного осмотра – при осмотре купеческих особняков Винокурова, Зорина, Пудовкина, Хомутова, здания пароходства Фуксмана. Дает возможность познакомиться с его внешним видом, выявить наиболее запоминающие детали.

Приём объяснения применяется во время путевой информации по дороге до древнего городища «Раздумье». Рассказ экскурсовода поможет экскурсантам понять, как заселялась и развивалась территория района.

Приём зрительной реконструкции - при осмотре развалин зернохранилища «Мастодонт», восстанавливающего Богоявленского собора и здания паровой мельницы Фалькова даёт возможность восстановление первоначального облика частично сохранившегося объекта. Данный прием хорошо используется в экскурсиях, в которых ведется показ памятников архитектуры и сооружений прошлого.

Приём переключения внимания - при осмотре краеведческого районного музея. После наблюдения одного зала экскурсанты по предложению экскурсовода переносят свой взгляд на другой зал музея.

Приём экскурсионной справки и прием описания употребляется при осмотре краеведческого районного музея. Экскурсовод сообщает краткие данные о наблюдаемых объектах, из-

лагают характерные черты, приметы и особенности внешнего вида объектов в определённой последовательности.

Программа экскурсии во временном пространстве предусматривает следующие этапы:

9:00 - Сбор экскурсантов около Краеведческого музея (дом купца Винокурова)

09:15 - 11:15 - экскурсия в районном краеведческом музее.

В музее представлены 6 коллекций по темам: «Крестьянская изба», «История района в предметах и вещах», «Воинская слава земляков», «Природа района», «Изделия прикладного искусства наших земляков», «Художественная галерея».

Экскурсовод познакомит с экспонатами животных нашего района в виде костей ископаемых и чучел животных. А также в музее экскурсанты познакомятся с крестьянским бытом нашего района, где представлены различные орудия труда, домашняя утварь наших предков, изделия прикладного искусства; узнают историю района и города в предметах и вещах, где представлены коллекции часов, радиотехники и фотоотдел. Экскурсовод также расскажет о воинской славе земляков.

11.15-11.35 - наружный осмотр здания Краеведческого музея (дом Купца Винокурова). Экскурсанты узнают об истории и особенностях строительства, о купеческой семье.

11.35-11.40 - пешая прогулка до усадьбы Зорина.

11.40-12.00 - визуальный осмотр дома купца Зорина. Рассказ об архитектурных приемах при возведении особняка, краткая история.

12.00-12.05 - пешая прогулка до зернохранилища «Мастодонт» (развалины)

12.05-12.20 - осмотр развалин зернохранилища «Мастодонт». Рассказ об проектировщице зернохранилища Юрии Васильевне Кондратьево, об уникальности сооружения.

12.20-12.35 - пешая прогулка до дома купца Пудовкина.

12.35-13.35 - обход дома купца Пудовкина, рассказ о купце и его деятельности, историческая справка о доме. Обед в кафе «Волна» расположенным в доме купца.

13.35-13.50 - пешая прогулка до дома купца Хомутова.

13.50-14.10 - осмотр дома купца Хомутова, история строительства дома, рассказ о купце и его деятельности.

14.10-14.20 - пешая прогулка до Богоявленского собора.

14.20- 15.05 - рассказ о строительстве собора, меценатах, о судьбе храма. Экскурсия по территории собора и его посещение.

15.05-15.15 - пешая прогулка до паровой мельницы Фалькова.

15.15-15.30 - рассказ о мельнице, ее здании, обход сооружения.

15.30-15.50 - пешая прогулка до здания пароходства Фуксамана.

15.50-16.00 - осмотр здания пароходства, исторические справки.

16.00-16.30 - прогулка на катере по р. Обь до древнего городища «Раздумье», рассказ экскурсовода об истории заселения района, о его развитии, исторические справки. (В зимнее время экскурсия проходит на автобусе).

16.30-17.00 - прогулка на катере по р. Обь до здания пароходства Фуксманна, знакомство с природой района, его живописными местами. (В зимнее время экскурсия проходит на автобусе).

17.00 - завершение экскурсии.

Перед отправлением на другой объект экскурсии экскурсовод должен провести переключку и отметить присутствующих.

«На море-океане, на острове Буяне...» – а ведь это и про Камень-на-Оби! Когда-то здесь плескалось море, потом текли потоки, ставшие сибирскими реками, и на пути у них стоял скальный выступ, поднявшийся со дна древнего моря, изменивший течение рек - острог Салаирского края. Сглаженные временем выходы каменных пород и сейчас можно увидеть прямо в городе, в бывшем Мельничном переулке.

Каменский район и город Камень-на-Оби обладают ресурсами для развития таких видов туризма как спортивный, познавательный, сельский. Район имеет огромный туристский потенциал. Природа и история не обделила его объектами, привлекательными для туристов.

Каменский район и город Камень-на-Оби являются перспективным районом для развития туризма Алтайского края.

Список использованных источников и литературы:

1. Старцев А.В. Очерки истории Камня-на-Оби [Текст]: А. В. Старцев. - Заринск.:АО «Алтай-кокс», 1994. – 99 с.

Специальные, периодические и интернет издания

2. Романов, А. Н. Туристские ресурсы Алтайского края: Информационно-художественное издание [Текст] / А. Н. Романов, С. В. Харламов, Н. Г. Попова; Под общ. ред. М. П. Щетинина. - Барнаул: Гл. упр. экономики и инвестиций Алт. края, 2012 - 472 с.: ил.

3. Сохранение и изучение культурного наследия Алтайского края [Текст]: Материалы конф. Вып. 8 / редкол.: Д. С. Калашников, Г. А. Кубрина, В. П. Семибратов. - Барнаул.: ООО «Азбука», 1997. - 386 с.

4. Щеглова, Т. К. История Алтайского края XVIII - XX вв. [Текст]: Сборник материалов / Т. К. Щеглова. - Барнаул: БГПУ, 2004. - 430 с.

5. Инвестиционные паспорта муниципальных образований [Электронный ресурс] // Главное управление экономики и инвестиций Алтайского края. - Режим доступа: <http://www.econom22.ru> - Загл. с экрана

6. Комплексная программа социально-экономического развития Камня-на-Оби и Каменского района на 2008-2017 годы [Электронный ресурс] // Официальный сайт Администрации Алтайского края. - Режим доступа: <http://www.altairegion22.ru> - Загл. с экрана

7. Отчет главы Администрации о социально-экономическом развитии Камня-на-Оби за 2011 год [Электронный ресурс] // Официальный сайт Администрации города Камень-на-Оби Алтайского края. - Режим доступа: <http://kamen-na-obi.org> - Загл. с экрана

8. Официальный сайт Администрации Каменского района Алтайского края - Режим доступа: <http://kamenrai.ru/> - Загл. с экрана

## ОБОСНОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ ВНЕДРЕНИЕ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

Обтовка Ирина – студент, Хомякова О.В. – к.э.н., доцент  
Алтайский филиал Российской Международной Академии Туризма

Система менеджмента качества (СМК) — совокупность организационной структуры, методик, процессов и ресурсов, необходимых для общего руководства качеством. Она предназначена для постоянного улучшения деятельности, для повышения конкурентоспособности организации на отечественном и мировом рынках, определяет конкурентоспособность любой организации.

Качество — ёмкая сложная и универсальная категория, имеющая множество особенностей и различных аспектов. В зависимости от цели использования и рассмотрения качества, к её основным аспектам можно отнести: — философский; — социальный; — технический; — экономический; — правовой. Современные СМК базируются на принципах TQM(Всеобщее управление качеством англ. TotalQualityManagement, TQM) — общеорганизационный метод непрерывного повышения качества всех организационных процессов. Различные части системы менеджмента организации могут быть интегрированы вместе с системой менеджмента качества в единую систему менеджмента, использующую общие элементы. Это повышает результативность планирования, эффективность использования ресурсов, создает синергетический эффект в достижении общих бизнес-целей организации.

Сертификация СМК основана на проведении независимых аудитов третьей стороной (органом по сертификации).

Необходимо отметить, что эффективную СМК можно создать и не ориентируясь на стандарты ISO серии 9000\*. Однако для того чтобы сертифицировать эту систему, то есть

получить документ, свидетельствующий о том, что процессы, осуществляемые в организации, эффективны и направлены на постоянное улучшение качества продукции (услуг), система должна соответствовать требованиям стандарта ISO 9001-2008. Поэтому процесс создания СМК рассматривается с точки зрения требований ISO 9001.

Для того чтобы построить систему менеджмента качества в соответствии со стандартами ISO 9001, в компании должны быть созданы следующие элементы СМК:

- 1) документ, в котором необходимо сформулировать цели и задачи СМК, а также принципы их достижения («политика в области качества»);
- 2) соответствующая «Политике в области качества» система взаимосвязанных и взаимодополняющих процессов;
- 3) нормативные документы, описывающие и регулирующие бизнес-процессы деятельности в рамках СМК;
- 4) эффективный механизм реализации требований, регламентированных нормативной базой;
- 5) подготовленный персонал организации.

При формировании всех этих элементов должны учитываться основные принципы менеджмента качества.

В процессе разработки и внедрения системы качества на предприятии можно выделить несколько основных этапов: - один из самых важных этапов - это организационный этап; - собственно разработка и внедрение системы качества; - проведение внутренних аудитов системы качества - фактически контроль правильности сделанной работы. Для успешного их выполнения надо создать необходимые организационные, ресурсные, методические и социально-психологические условия в организации. Важно иметь в виду, что ошибки или недочеты, допущенные на организационном этапе, как правило, приводят к трудоемким корректировкам и переделкам на последующих этапах работ. Организация работ по созданию СМК включает:

- назначение должностных лиц, ответственных за организацию проведения работ;
- обеспечение участников работ стандартами и другими документами;
- привлечение внешних консультантов; - диагностирование действующей СМК;
- проведение специального обучения участников работ и разъяснительной работы с персоналом организации;
- выделение ресурсов, необходимых для выполнения работ в установленные календарные сроки.

Лица, ответственные за организацию и проведение работ по созданию СМК, должны быть представителями высшего и среднего звена руководства. Лучше всего, когда Уполномоченным по качеству, ответственным за общую организацию работ, назначается представитель высшего руководства рангом не ниже Заместителя Генерального директора, а руководителем работ по проекту СМК менеджер среднего звена.

Надлежащее выполнение этих работ предполагает наличие в организации как базовых, так и вспомогательных стандартов ИСО серии 9000. Определенную пользу участникам внедрения могут принести документы, разработанные ИСО/ТК 176, в частности, Руководство по требованиям к документации согласно ИСО 9001:2000, Руководство по терминологии, используемой в ИСО 9001:2000 и ИСО 9004:2000, и брошюра "Стандарты ИСО 9000:2000. Выбор и применение".

Для методической обоснованности и минимальной вероятности ошибочных решений в ходе создания СМК целесообразно привлекать квалифицированных внешних консультантов. Их преимущества перед специалистами организации в независимости и непредвзятости взглядов; более высоком уровне квалификации в области менеджмента качества; ориентации на успешный опыт других организаций; высокой интенсивности работы, обусловленной жесткими временными рамками.

Обследование действующей в организации СМК (а такая система существует в любой

организации, даже если она должным образом не документирована) представляет собой предварительный анализ системы и оценивание степени ее соответствия требованиям МС ИСО 9001. Обследование, выполняемое чаще всего внешними консультантами, направлено на определение необходимости внесения в действующую систему конкретных изменений. Особое значение при этом имеют изменения, связанные с организационной структурой. Желательно, чтобы такие изменения были включены в начальные этапы разрабатываемого на основе обследования плана внедрения СМК. Между тем на практике довольно часто приходится сталкиваться с ситуацией, когда руководство организации начинает проводить серьезную структурную перестройку после того, как уже завершено документирование СМК, закрепившее ответственность и полномочия основных должностных лиц и подразделений. А это неизбежно влечет за собой переработку многих документов системы.

Для разработки СМК, а также для ее результативного и эффективного функционирования руководство организации должно обеспечить необходимую подготовку персонала. Поскольку подготовка персонала должна быть непрерывной, то на начальной стадии работ целесообразно провести базовое (в объеме, не превышающем 20 ч) обучение по стандартам ИСО серии 9000 руководителей организаций, начиная с высшего их звена, и так называемой рабочей группы (команды проекта), включающей сотрудников службы качества и специалистов из других подразделений. При обучении крайне важно обратить пристальное внимание на обновленный терминологический аппарат в стандартах ИСО серии 9000:2000\*.

Наряду с обучением при создании СМК необходимо разъяснить цели, задачи организации, базовые принципы менеджмента качества и отдельных положений стандартов ИСО. Разъяснительные беседы, призваны вовлечь персонал в работу по качеству и предупредить появление социально-психологических барьеров, связанных с внедрением стандартов ИСО серии 9000. Отсутствие необходимых разъяснений может привести к недопониманию отдельными работниками значимости внедрения стандартов. И если число недопонимающих в организации превысит критическую массу, это может свести на нет эффект от внедрения.

\*Международные стандарты семейства ИСО 9000 описывают элементы, которые должна включать система качества. Эти стандарты не навязывают единообразие систем качества, поскольку система управления организации зависит от задач организации, вида производимой ею продукции и присущего ей конкретного практического опыта. Эти стандарты описывают лишь минимальные требования, которые необходимо выполнить предприятию.

## ЯХТЕННЫЙ ТУРИЗМ

Одинцова Ксения - студент, Хомякова О.В. – к.э.н., доцент  
Алтайский филиал Российской Международной Академии Туризма

Яхтенный туризм – это целый комплекс услуг, включающий:

- аренду как круизных, так и спортивных яхт с экипажем и без (при наличии у туристов соответствующих навыков и международных сертификатов);
  - прием и обслуживание собственных яхт туристов в различных портах и на яхтенных стоянках мира;
  - разработку эксклюзивных яхтенных маршрутов с обеспечением необходимой инфраструктуры;
  - организацию парусных трофи, регат и флотилий, а также обеспечение участия в регулярных международных соревнованиях и флотилиях.
  - обучение управлению парусными/моторными яхтами в России и за рубежом, содействие в получении международных сертификатов;
  - техническое и юридическое консультирование, содействие в получении виз и прочих необходимых документов для яхтенного похода.



В мире яхтенный туризм – не только элитное, но и массовое развлечение, доступное среднему классу. В России яхтинг пока не стал массовым, однако компании, специализирующиеся на этом виде туризма, уже предлагают турпакеты, по цене конкурирующие с массовыми «пляжными» направлениями.

Развитию массового яхтинга в России препятствует, прежде всего, отсутствие необходимой инфраструктуры. Несмотря на огромную протяженность внутренних водных путей – более 100 тысяч километров – на берегах наших рек и морей ничтожно мало свободных причалов, стоянок, заправок и центров технического обслуживания. Тем не менее, заинтересованность в развитии яхтенного туризма демонстрирует государство. На состоявшейся в мае 2009 году конференции в городе Плес Ивановской области министр спорта, туризма и молодежной политики РФ Виталий Мутко заявил: «У России есть все, чтобы стать Меккой яхтенного туризма». Во многих регионах уже разработаны концепции развития яхтенной инфраструктуры, а поскольку коммерческие перспективы яхтинга сомнений не вызывают, инвесторы находят участие в их реализации крайне привлекательным.

Наиболее привлекательным с позиции «цена-качество» направлением яхтенного туризма является Средиземноморье – Турция, Греция, Кипр, Хорватия, Италия. Стоимость недельного яхтенного тура на человека начинается с суммы в 600-700 евро, что вполне сопоставимо с отдыхом в отелях той же Турции.

Компании-члены РСТ, предлагающие услуги по организации яхтенных туров представлены в списке рекомендуемых турфирм. В России яхтенный туризм, как отдельное направление туризма пока отсутствует.

Причины: законодательные и визовые барьеры, загрязненные трудно проходимые фарватеры, отсутствие разработанных яхтенных маршрутов и необходимого навигационного обеспечения для безопасного точного плавания малых судов, отсутствует инфраструктура необходимая для приема и обслуживания яхт, в том числе чартерных компаний по аренде яхт, отсутствует нормативная база, нет системы поощрения и льгот для развития яхтинга, не преодолено общественное отношение к яхтингу как элитарному виду спорта — достоянию узкого круга. Один из главных недостатков водоемов России для развития яхтинга — это их сезонность. В связи с этим его развитие на Черноморском побережье является самым главным направлением и это даст старт развитию яхтинга в России в целом. Формирование яхтенной структуры на Черноморском побережье обеспечит выход яхт из внутренних водоемов России.

Проблемы в формировании яхтенной структуры постепенно решаются. Недавно был принят закон, который разрешает водному транспорту под иностранными флагами заходить в воды РФ. Создается туристический маршрут Большого кольца (Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Астрахань, Краснодарский край ). Через год планируется провести международную Транс Каспийскую парусную регату, которая способна будет привлечь туристов со всего мира. В любой марине должна быть спортивная составляющая, предлагается порядка 30% яхтенной инфраструктуры отдавать под детский спорт. Яхтинг - один из экстремальных видов спорта, главным снаряжением которого являются парусные суда, лодки, и т.д. появились довольно давно - в 1662 году, первая международная ассоциация яхтинга была создана лишь несколько столетий спустя - в 1907 году. Однако уже в 1996 году она была преобразована в Международную федерацию парусного спорта, в состав которой в 1998 году вошли порядка 115 национальных федераций. Что же такого уникального дает яхтинг своим участникам? Прежде всего, свободу. Независимо от физических данных, пола и возраста, каждый может отправиться в путешествие, прогуляться под парусами или поучаствовать в серьезной регате. Главное, иметь необходимые знания и судно подходящего класса. В России существуют крупные школы и яхт-клубы, в которых можно не только познать теорию морского дела, но и освоить яхтинг на практике. При этом стоимость обучения зависит от длительности курса, количества и географии практических занятий, составляя около 30 000 рублей за очный теоретический курс и более 70 000 рублей за

интенсивное обучение с заходом в европейские морские акватории (Черногория, Хорватия, Италия, Греция). Для тех, кто уже освоил азы морского дела и владеет секретами яхтинга, открыты все пути и дороги: можно отправиться в увлекательное путешествие к дальним берегам, отыскать тихую гавань где-нибудь поблизости или померяться силами с лучшими яхтсменами на престижных гонках. Ежегодно в мире проходит несколько крупных регат, а также множество соревнований по яхтингу местного значения. "Vendee Globe" - кругосветка для уверенных в себе одиночек, "Volvo Ocean Race" - экстремальное испытание для яхт класса "Volvo 70", "Кубок Америки", "Tall Ship' Races" (в прошлом "Cutty Sark") и многие другие гонки с мировым именем представляют собой не только увлекательное зрелище, но и захватывающее событие, принять участие в котором мечтает каждый настоящий яхтсмен. Однако для того, чтобы побороться за мировую награду, необходимо заниматься яхтингом не один год. Для тех же, кто только начинает свой путь по волнам, существуют менее сложные, но не менее интересные маршруты. В частности, в России проводится несколько регат местного масштаба: "Банковский кубок", "Кубок Волги", "Онежская регата" "Соловецкая регата"... Российские соревнования по яхтингу позволяют не только продемонстрировать свое мастерство, но и ощутить подлинную красоту нашей природы. Яхтинг в России становится все более и более популярным видом отдыха и спорта. С каждым годом все больше людей улетают в отпуск именно для того чтоб выйти в открытое море, меняют номера в отелях на каюты яхт. Ведь именно яхтинг дарит то самое ощущение свободы тела и духа, которого так не хватает в городских офисах. Особенностью яхтинга является его аристократическое прошлое, наряду с такими благородными видами спорта как поло, гольф, яхтинг всегда занимал отдельное место у европейского Высшего света. И уже современный топ менеджмент в предвкушении меняет строгие костюмы на рубашки-поло и водозащитные куртки.

## ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРАВ И ОБЯЗАННОСТЕЙ ТУРИСТОВ

Осипова М. – студент, Евстигнеева О.В. - доцент

Алтайский государственный технический университет имени И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Национальные законы любой страны и в частности законы РФ основываются на международных договорах и конвенциях. Именно поэтому в первую очередь следует рассмотреть международные документы, регулирующие права и обязанности туристов, а затем более подробно изучить национальные законы России, в частности и специальные документы по туризму.

Документами первой очереди являются важнейшие документы по вопросам туризма принятые ВТО. К ним относятся:

- Манильская декларация по мировому туризму Всемирной туристской организации 1980 г. (Филиппины). Основное внимание уделяется, неразрывной связи между туризмом и правами граждан на отдых, отпуск и свободное передвижение. А так же внимание уделяется социальному туризму, рассматриваемому как цель, к которой должно стремиться общество, путем поддержки молодежного туризма, туризма лиц преклонного возраста и инвалидов.

- Гагская декларация по туризму, принятая Межпарламентским союзом и Всемирной туристской организацией 1989 г. Рассматривает принципы содержащие права и обязанности туристов, например принцип о возможности разумного ограничения прав человека на отдых и свободное время только в случаях, предусмотренных законом. Принцип посвященный вопросам упрощения туристских формальностей. Принцип затрагивающий взаимосвязанные проблемы безопасности в туризме и угрозы терроризма.

Хартия туризма одобренная в 1985 г. на 6 сессии Генеральной ассамблеи ВТО, содержит рекомендации включающие в себя:

- развитие туризма на различных уровнях - местном, региональном, национальном и международном;

- обеспечение доступности туризма;
- защиту туристской среды;
- обеспечение свободы передвижения, отсутствия какой-либо дискриминации и безопасности туристов;
- создание условий для беспрепятственного доступа туристов к службам здравоохранения, административным и юридическим службам;
- принятие мер по противодействию использованию туризма для эксплуатации других в целях проституции и распространения наркотиков.

Так же существует ряд документов, посвященных отдельным аспектам туризма, например:

- Заявление ВТО в области предотвращения организованного секс-туризма (Мадрид (Испания) и Сент Винсент, Балле-д'Аоста (Италия), 1995 г.);
- Документы Международной конференции по безопасности туризма и уменьшению рисков при путешествиях (Эстерсунд (Швеция), 1995 г.);

В России самым основополагающим нормативным правовым актом на уровне Федерального регулирования прав и обязанностей туристов, является Конституция Российской Федерации. Вторая глава, которой в полной мере закрепляет право туристов на отдых, свободное передвижение, защиту окружающей среды, природы и здоровья человека.

Специальным документом регулирования прав и обязанностей туристов в России является, закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», который определяет принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка в Российской Федерации, и регулирует отношения, возникающие при реализации права граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий, а также определяет порядок рационального использования туристских ресурсов Российской Федерации.

Статья 6 данного закона содержит положения по правам туристов. Так турист при подготовке к путешествию, во время его совершения, включая транзит, имеет право на:

- Необходимую и достоверную информацию о правилах въезда в страну (место) временного пребывания и пребывания там, об обычаях местного населения, о религиозных обрядах, святынях, памятниках природы, истории, культуры и других объектах туристского показа, находящихся под особой охраной, состоянии окружающей природной среды;
- Свободу передвижения, свободный доступ к туристским ресурсам с учетом принятых в стране (месте) временного пребывания ограничительных мер;
- Обеспечение личной безопасности, своих потребительских прав и сохранности своего имущества, беспрепятственное получение неотложной медицинской помощи;
- Возмещение убытков и компенсацию морального вреда в случае невыполнения условий договора о реализации туристского продукта туроператором или турагентом в порядке, установленном законодательством Российской Федерации;
- Содействие органов власти (органов местного самоуправления) страны (места) временного пребывания в получении правовой и иных видов неотложной помощи;
- Беспрепятственный доступ к средствам связи.

Статья 7 настоящего закона закрепляет обязанности туриста. Во время совершения путешествия, включая транзит. Основными обязанностями являются:

- соблюдение законодательства страны (места) временного пребывания, уважительное отношение к ее социальному устройству, обычаям, традициям, религиозным верованиям;
- сохранение окружающей природной среды;
- соблюдение правил въезда в страну (место) временного пребывания, выезда из страны (места) временного пребывания и пребывания там, а также в странах транзитного проезда;
- соблюдение во время путешествия правил личной безопасности.

Список нормативных правовых актов и литературы

Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации // Российская газета. 1993. 25 декабря.
2. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 03.05.2012) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.11.2012).

Электронные ресурсы

3. Консультант // Заглавие с экрана: <http://www.consultant.ru>
4. Гарант // Заглавие с экрана: <http://www.garant.ru>

## ВОДНЫЙ ТРАНСПОРТ

Ребрик Г.А., Хромушина А.Б. – студенты, Хомякова О.В. – к.э.н., доцент  
Алтайский филиал Российской Международной Академии Туризма

Крайняя техническая и эксплуатационная разобщенность водного транспорта явилась его главной отличительной чертой в момент его национализации рабоче-крестьянской властью. В то время как железные дороги составляли на две трети достояние казны, а на одну треть - собственность нескольких капиталистических компаний, средства водного транспорта составляли собственность тысячи частных предпринимателей, в форме акционерных компаний, паевых товариществ и отдельных хозяев.

Отсюда - чрезвычайная техническая пестрота средств водного транспорта, далеко оставляющая за собой разнообразие паровозных типов на железных дорогах, и полное отсутствие приемов, методов и навыков плановой эксплуатации судов под общегосударственным углом зрения.

В области технической задача НКПС (Народный комиссариат путей сообщения) состоит во всемерном сокращении числа типов судов, во введении принципа массового производства в дело ремонта и судостроения и всемерного сближения технически-материального хозяйства водного транспорта с железнодорожным.

Количество грузов, перевезенных по внутренним водным путям в 1919 году, составляло 341 миллион, в 1920 году - 583 миллиона пудов.

В области эксплуатации задача состоит в дальнейшей выработке аппаратов и методов централизованного управления водным транспортом и полной согласованности не только его общего плана, но и его повседневной работы с работой железных дорог. С точки зрения эксплуатации железнодорожные и водные пути естественно сочетаются в одной системе, и плановая перевозка грузов, пользующаяся как линией реки, так и линией рельс, требует общего комбинированного руководства железнодорожным и водным транспортом как в центре, так и на местах.

Стремление отделить водный транспорт от железнодорожного и превратить их по существу в два разных ведомства, лишь формально связанных на верхушке, является в хозяйственном смысле неправильной тенденцией, затрудняющей социалистическое строительство в области транспорта.

Если ближайшая задача в отношении материальной части водного транспорта сводится к тому, чтобы навигацию 1921 года начать со средствами не меньшими, чем те, какие имелись у нас весной истекающего года, то строительно-ремонтная программа 1921 - 1922 годов должна будет широко раздвинуть эти рамки. При огромных транспортных потребностях, которые будут увеличиваться в высокой прогрессии, наши реки будут для нас, естественно, линиями наименьшего транспортного сопротивления, и значение их должно непрерывно возрастать, особенно для однородных массовых грузов на большие расстояния. Мы надеемся, что Всероссийский Съезд Советов обяжет как Народный Комиссариат Путей Сообщения, так и другие хозяйственные органы приложить все усилия к делу разработки и практической подготовки условий для осуществления широкого и всестороннего плана в области водного транспорта.

Более правильная постановка дела, более точный аппарат и большее приближение к

плановой работе в области техники и эксплуатации, при героических усилиях многих и многих тысяч лучших работников, дали серьезные успехи в области железнодорожного и заметные результаты в области водного транспорта. Однако те методы, которые применялись в области транспорта в течение последних месяцев и были продиктованы смертельной опасностью, угрожавшей транспорту, а стало быть, и стране, ныне - когда эта непосредственная опасность устранена, являются уже недостаточными и должны быть отчасти дополнены, отчасти заменены систематической не только технической и административной, но и организационно-воспитательной работой широкого масштаба.

Организация труда на транспорте требует прежде всего улучшения материального положения рабочих и служащих, повышения их технического и культурно-политического уровня.

Широкая теоретическая и практическая подготовка нового административно-технического персонала из среды рабочих масс должна обеспечить как устойчивость и преемственность работы транспортного аппарата, так и полную согласованность ее с социалистическим строительством всего хозяйства.

Условием достижения этих результатов, как и успеха всех вообще намеченных к улучшению транспорта мер, является неразрывное сотрудничество Народного Комиссариата Путей Сообщения с профессиональным союзом транспортных рабочих, как тесно спаянной с трудящимися организацией, которая руководит деятельностью работников транспорта под знаком двух нераздельно связанных задач: повышения материального и духовного уровня трудящихся на основе повышения производительности социалистически-организованного труда.

## ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИЯ РЕЧНОГО ТРАНСПОРТА В РОССИИ

Сафрошкина Ольга – студент, Хомякова О.В. – к.э.н., доцент  
Алтайский филиал Российской Международной Академии Туризма

Речной транспорт является старейшим видом транспорта. На протяжении многих веков он играл огромную роль в формировании и развитии государств.

Сегодня внутренние водные пути это мощный инфраструктурный комплекс, обеспечивающий транспортные связи с 26 республиками, краями, национальными автономными округами и 42 областями России. Протяженность внутренних водных путей составляет 101.7 км. На внутренних водных путях эксплуатируется 723 судоходных гидротехнических сооружения, включая 110 шлюзов, один судоподъемник, 8 насосных станций.

Анализируя сложившееся на речном транспорте положение, нетрудно заметить, что это результат грубых системных ошибок, допущенных Минречфлотом России. Гонясь за объемами перевозки грузов и тонно-километрами, строили самые большие в мире речные суда и подстраивали под них реки (углубляли, расширяли и спрямляли), аргументируя это тем, что речной транспорт это самый экономичный, самый экологичный и самый безопасный вид транспорта. С этим трудно спорить. Во всем мире благодаря перечисленным характеристикам речной транспорт востребован и быстро развивается. В отдельных странах им перевозится до 15 процентов от общего объема перевозимых грузов. Но что касается России, то здесь ситуация совершенно другая. Строя самый большой в мире речной флот, подгоняя под него реки и каналы, и тратя при этом огромные средства, упустили из виду вопрос себестоимости перевозок, в результате чего значительная часть грузопотоков, принадлежащих речному транспорту, оказалась у его основного конкурента – железнодорожного транспорта.

В результате роста себестоимости речных перевозок грузонапряженность внутренних водных путей существенно сократилась и в настоящее время примерно в 7 раз ниже, чем в

среднем в мире. На один км внутренних водных путей в России приходится всего 1 тыс. тонн перевозимого груза. В Китае на 1 км пути приходится около 10 тыс. тонн перевозимого груза, в США – примерно 12 тыс. тонн, а в Германии – более 30 тыс. тонн.

Из приведенных данных видно, что Россия, располагая самыми протяженными и самыми современными внутренними водными путями в мире, использует их крайне неэффективно. Причем, объяснить это только объективными причинами, например, ограниченным периодом навигации или быстрым развитием других видов транспорта, никак нельзя. Огромную роль в неэффективности речных перевозок играют субъективные факторы: непродуманное реформирование управления речным транспортом, неправильно выбранные приоритеты развития речного транспорта, необоснованные, а иногда просто ошибочные решения, связанные с развитием флота и внутренних водных путей, и др.

Некоторые специалисты определенные надежды в развитии речного транспорта связывают с принятием Транспортной стратегии Российской Федерации на период до 2020 года. Представляется, что данные надежды иллюзорны, поскольку Транспортная стратегия ничего нового не несет и кроме того базируется на старых подходах Минречфлота, которые себя не только не оправдали, но и являются ошибочными.

Для решения накопившихся проблем речного транспорта необходимы кардинальные меры, направленные, прежде всего, на:

- разработку и системное продвижение четко продуманной государственной политики в области речного транспорта и внутренних водных путей;
- совершенствование системы управления речным транспортом;
- повышение конкурентоспособности речного флота и строительство судов нового поколения;
- оптимизацию структуры флота, учитывающей мировой опыт и реальные условия судоходства по водным путям России;
- разработку и совершенствование законодательного, нормативно-правового и нормативно-технического обеспечения;
- восстановление отраслевой науки и осуществление поисковых и перспективных научно-исследовательских проработок и т.д.

Но начинать необходимо с серьезного пересмотра системы и структуры управления речным транспортом.

На сегодняшний день службы морского и речного транспорта в объединенном состоянии находятся уже в течение 6 лет. Каких-либо положительных результатов это не дало. Отрицательных результатов же более чем достаточно. Отсюда наиболее важной задачей, направленной на восстановление и развитие речного транспорта России является выделение из состава Росморречфлота функций и полномочий речного транспорта и создание на их основе новой системы управления речным транспортом. Причем создание этой системы должно быть подкреплено федеральным законом, что позволит избежать желания новых начальников речной отрасли реформировать систему управления под себя. Увеличения финансовых затрат при создании новой системы управления это практически не потребует, но результат положительный обязательно даст. Причем выиграет от этого не только речной транспорт, но и морской.

Говоря о системе управления речным транспортом, нельзя не сказать о кадровой политике, которая ни в Минтрансе России, ни в Федеральном агентстве морского и речного транспорта, к сожалению, не направлена на достижение конкретных результатов речного транспорта. Сегодня в Минтрансе России и Федеральном агентстве морского и речного транспорта практически не осталось специалистов. Менеджеры с сомнительными дипломами занимаются техническими вопросами, в том числе и безопасностью на водных путях и гидротехнических сооружениях. Технических специалистов практически не слышно. Их точка зрения по вопросам эксплуатации и безопасности потенциально опасных и уникальных объектов до высшего руководства, как правило, не доходит. Характерным примером является

специальность гидротехника. Ни в Минтрансе, ни в Агентстве сегодня специалистов гидротехников нет даже на уровне начальника отдела. Но и Министерство, и Агентство занимаются безопасностью гидротехнических сооружений. Серьезные кадровые проблемы назревают и в низовых звеньях речного транспорта. Здесь также ощущается кадровый голод, что в конечном итоге может привести к тяжелым авариям на флоте и ГТС.

Отсюда, для возрождения важной роли речного транспорта и востребованности его субъектами экономики нужна новая государственная политика в области речного транспорта. Новая система управления речным транспортом, экономически оправданная и эффективная структура управления, повышение ответственности за действия и бездействие, которые наносят ущерб речному транспорту, законодательное, нормативно-правовое, нормативно-техническое обеспечение, а также кадровые, финансовые и материально-технические ресурсы.

Речной транспорт, являющийся во всем мире самым экономичным, самым экологичным и самым безопасным видом транспорта, должен стать таким и в России.

## ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ НОВЫХ ВИДОВ РЕКЛАМЫ В РЕСТОРАНАХ АЛТАЙСКОГО КРАЯ (НА ПРИМЕРЕ СЕТИ РЕСТОРАНОВ «АРИГАТО»).

Серикова А.В. - студент, Панин Е.Л. - к.м.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Быстрое развитие ресторанного бизнеса в России имеет следствием все более усиливающуюся конкуренцию между ресторанами, кафе, а также известными и малоизвестными сетями предприятий общественного питания. Цель ресторана или кафе — не просто обычная продажа блюд и напитков. Любое заведение общественного питания стремится подарить своим гостям эмоции и хорошо проведенное время. Приятная атмосфера, дружественные отношения между сотрудниками и каждым гостем — вот то, что точно необходимо для успеха в этом бизнесе, без этого успех просто невозможен. Для удержания лидирующих позиций ресторана на рынке общественного питания любого города, необходимо постоянное привлечение новых гостей в заведение, а также удержание постоянных гостей [1].

Одним из самых распространенных средств стимулирования спроса на услуги заведений общественного питания является реклама, и во все времена реклама выполняла задачу подачи информации потребителю о существовании того или иного продукта, а также услуги. Но для многих предприятий гораздо важнее то, что с помощью рекламы можно убедить потребителя в достоинствах и преимуществах продукта или услуги. В зависимости от цели, преследуемой при проведении рекламной кампании, выбирается один из её видов. Наряду с большой конкуренцией, каждое заведение общественного питания старается выделиться, и провести более креативную рекламную кампанию [3].

Современная ситуация в российской экономике характеризуется экономическим и социальным кризисом. В этих условиях возникла острая необходимость, точно и правильно оценить сложившееся состояние, определить систему целей и приоритетов для организации правильного функционирования предприятий общественного питания во время кризиса.

В настоящее время роль рекламы очень сильно возросла, в связи с необходимостью усовершенствования эффективной деятельности предприятий. В первую очередь во время кризиса, население страны экономит обычно на развлечениях, и на посещениях предприятий общественного питания, обедая в основном у себя дома. Именно поэтому сейчас каждому ресторану или кафе просто необходимо правильно построенная рекламная кампания, с использованием всевозможных подходящих видов рекламы. Это позволит повысить прибыль предприятия, его узнаваемость в городе, регионе или стране, где предприятие предлагает свой товар или услугу. Далекое не каждое предприятие может похвастаться наличием эффективной рекламной кампании. Многие предприятия ошибочно полагают, что

использование минимума видов рекламы будет достаточно для достижения успеха на рынке. На многих предприятиях отсутствует в штате специалист по рекламе. Обычно в рекламе предприятий общественного питания используется лишь несколько видов рекламы, именно поэтому, потребителю очень трудно найти именно те рестораны или кафе, которые действительно будут соответствовать его желаниям, привычкам и потребностям [2].

Несмотря на значительное количество публикаций по рекламе заведений общественного питания, большая часть работ представляет лишь общие рекомендации по выбору видов рекламы, составлению рекламной стратегии предприятия общественного питания и содержит краткую характеристику каждого вида и инструмента рекламы. Следует отметить, что, несмотря на значительное количество научных публикаций по рекламе, в заведениях общественного питания, не учитывается специфика ресторанного бизнеса.

Целью нашей работы был анализ используемых видов рекламы в продвижении услуг в сети ресторанов и доставок японской кухни «Аригато» в ведущих регионах Сибирского федерального округа, разработка рекомендаций и новых видов рекламы для продвижения сети ресторанов и доставок японской кухни «Аригато» г. Барнаула.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

5) Проанализирована эффективность используемых видов рекламы в продвижении услуг ресторанов в основных регионах России и в ведущих зарубежных странах

6) Выявлены используемые виды рекламы в сети ресторанов и доставок японской кухни «Аригато» в ведущих регионах Сибирского федерального округа, и разработаны новые виды рекламы для продвижения услуг для данной сети ресторанов в г. Барнауле.

7) Изучена эффективность новых видов рекламы для продвижения услуг сети ресторанов и доставок «Аригато» в г. Барнауле.

8) Предложены скорректированные подходы в использовании новых видов рекламы для продвижения услуг сети ресторанов и доставок японской кухни «Аригато» в г. Барнауле.

В ходе анализа деятельности ресторанов в основных регионах России и в ведущих зарубежных странах, были выявлены некоторые особенности в подходах к созданию рекламной стратегии заведений общественного питания, которые не используются в нашем регионе [4].

Далее мы ознакомились с характеристиками сети ресторанов и доставок японской кухни «Аригато», и рассмотрели основные виды ее деятельности. Так же выявили основные виды рекламы, используемые в продвижении услуг сети ресторанов и доставок японской кухни «Аригато» в ведущих регионах Сибирского федерального округа [6].

На следующем этапе мы провели сравнение рекламной стратегии ресторана «Аригато» города Барнаула с рекламными стратегиями четырех других аналогичных заведений общественного питания в городе Барнауле (ресторан «Рыба Рис», ресторан «И. Понкин», суши-бар «Икра» и ресторан «Иероглиф»). Сравнение проводилось путем оценки их деятельности по десяти балльной системе, по следующим критериям: продвижение ресторана или кафе, наружная реклама, реклама внутри кафе или ресторана, интернет реклама, почтовая рассылка, реклама в средствах массовой информации, сувенирная продукция, стимулирование сбыта, скидки, купоны, возмещение с отсрочкой, премии, награды постоянным посетителям, конкурсы, стимулирование и торговля в зале ресторана. Исследование проводилось нами, совместно со специалистом по рекламе ресторана «Аригато». По итогам проведенного анализа, ресторан «Аригато» набрал наибольшее количество баллов по сравнению со своими соперниками [7].

Так же нами было проведено анкетирование гостей ресторана «Аригато», с целью узнать их мнение об узнаваемости данного предприятия и рекламной компании, проводимой рестораном. Для этого в содружестве с руководителем преддипломной практики от предприятия и на основе специализированной литературы, нами была разработана анкета для выявления мнения потребителей услуг. После проведения первичного исследования нами был разработан и внедрен комплекс рекомендаций по совершенствованию рекламной стратегии в сети ресторанов и доставок еды «Аригато». В дальнейшем было проведено



повторное анкетирование и выявлены недостатки предложенного нами комплекса. В дальнейшем, данный комплекс рекомендаций был доработан и адаптирован для сети ресторанов и доставок еды «Аригато». Скорректированный комплекс рекомендаций по совершенствованию рекламной стратегии в сети «Аригато» был доложен на рабочем совещании администрации данной сети и в целом одобрен для внесения в перспективный план развития сети на 2016 год.

Список использованных источников и литературы:

1. Джеймс. Р. Управление рестораном. - М: Проспект, 2007. – 437с.
2. Евстафьев В.А., Ясонов В.Н. Что, где и как рекламировать. – СПб. И др.: Питер, 2005, 2005. -430с.
3. Кутлалиев А., Попов А., Эффективность рекламы. –М.: Эксмо, 2005. -411с.
4. Морган Н., Причард А. Реклама в туризме и отдыхе. Пер. с англ. Под ред. Б.Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ, 2004. – 467 с.
5. Рогожин М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности: Учеб. пособие. М.: РДЛ, 2004. -221с.
6. Аригато Барнаул: сайт [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://arisushi.ru>.
7. Ресторанный рейтинг Барнаула: сайт [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://eda22.ru/luchshie-zavedeniya.html>

## РЕФОРМИРОВАНИЕ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Толмачёва У. – студент, Евстигнеева О.В. – доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Среди важнейших направлений социально-экономических преобразований в Алтайском крае выделяется реформирование и развитие сферы жилищно-коммунального хозяйства, создающей необходимые условия для жизнедеятельности человека. Индикативными показателями реформирования жилищно-коммунального комплекса края являются:

- развитие и совершенствование рынка частных управляющих и обслуживающих организаций;
- реализация выбора способа управления многоквартирными домами;
- поддержка инициативы собственников помещений по созданию товариществ собственников жилья;
- совершенствование рынка организаций, предоставляющих услуги коммунального комплекса;
- развитие инвестиционного потенциала, внедрение производственных и инвестиционных программ организаций коммунального комплекса [1, с. 115].

Сегодня на рынке предоставления жилищных услуг осуществляют деятельность более 400 организаций, 65% из которых являются частными. Переход на новые формы управления МКД выявил такие проблемы как: формальное отношение к выбору способа управления домами со стороны собственников помещений, их неготовность решать возложенные жилищным законодательством полномочия по управлению жилищным фондом; отсутствие на рынке услуг управления квалифицированных специалистов, а, следовательно, и хозяйствующих субъектов, умеющих работать в новых экономических условиях; несовершенство жилищного, гражданского и административного законодательства. В первую очередь, это отражается на качестве предоставляемых услуг и ухудшении технических характеристик жилых зданий. Выход из создавшейся ситуации видится в создании саморегулирования в данной сфере услуг и закреплении этой нормы федеральным законодательством.

В целях реализации Жилищного кодекса РФ в части передачи полномочий по

управлению многоквартирными домами собственникам помещений, начиная с 1 марта 2005 года, осуществляется выбор способа управления. Способ управления выбран и реализуется в 112705 многоквартирных домах из 114714 расположенных на территории Алтайского края. Из общего количества многоквартирных домов, находящихся в управлении управляющих организаций, 2047 МКД переданы в управление по результатам конкурсного отбора, в отношении 2009 МКД собственниками помещений не определен способ управления.

В настоящее время в крае осуществляют деятельность 630 ТСЖ и 79 ЖСК, в управлении которых находится 3254 дом или 4,4 млн. кв. метров многоквартирного жилищного фонда. Достигнутые показатели стали результатом создания благоприятных условий для деятельности ТСЖ. Вместе с тем при реализации данного способа управления выявлены такие негативные моменты как: неквалифицированное управление жилыми зданиями, малоэффективная ценовая политика при установлении размера платы за текущее содержание и ремонт общего имущества МКД, отсутствие инвестиционного потенциала для развития и приращения общего имущества МКД. Выходом из ситуации является передача полномочий по управлению домами квалифицированным организациям при сохранении контроля со стороны ТСЖ [2, с.60].

Основными источниками финансирования проектов модернизации объектов инженерной инфраструктуры, являются тарифы и надбавки к тарифам организаций коммунального комплекса на услуги и товары. Процедура их установления предполагает наличие производственной и инвестиционной программ предприятий коммунального комплекса. По данным ведомственного мониторинга все организации коммунального комплекса, в отношении которых установлены тарифы ОКК, имеют производственные программы. Указанные программы, по сути, являются планом предприятия на очередной финансово-хозяйственный год, согласовываются с органами местного самоуправления. Основной проблемой при реализации указанных договоров является отсутствие стабильных источников финансирования арендных платежей, что является причиной возникновения существенной задолженности Лизинговым компаниям. Решением указанной проблемы является разработка и утверждение соответствующей инвестиционной программы, и введение надбавки к тарифу для ее реализации.

В целом по Алтайскому краю структурные преобразования в ЖКХ осуществляются практически во всех муниципальных образованиях, которые находятся в состоянии поиска либо применения той или иной модели хозяйствования. Исходя из различных стартовых условий, единого рецепта реформирования не существует, однако, базисные конструкции и модели, а также примеры их применения тиражируются для заинтересованных лиц.

#### Список использованных источников и литературы

1. Коробко, В. И. Экономика многоквартирного дома [Текст] : учебное пособие / В. И. Коробко. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 304 с.
2. Хайруллина, Д. И. Особенности функционирования товарищества собственников жилья [Текст] / Д. И. Хайруллина // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. - №21. – С. 59-66.

## НОВЫЕ ПОДХОДЫ В РАЗВИТИИ ДЕТСКО-ЮНОШЕСКОГО ТУРИЗМА В ВЕДУЩИХ РЕГИОНАХ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Фомина Ю.Э. – студент, Панин Е.Л. – к. м. н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В настоящее время в Российской Федерации детско-юношеский туризм занимает достойное место среди других форм дополнительного образования детей. Об этом свидетельствует наличие в регионах России множества учреждений детско-юношеского туризма. За многие десятилетия в системе образования РФ сложилась и действует система туристско-краеведческой работы. Также хочется отметить, что детско-юношеский туризм является одним из самых эффективных средств обучения, воспитания, оздоровления, социальной адаптации и профессиональной ориентации детей [1]. Особенно популярны у детей, такие направления в туризме, как туристские походы, экспедиции, краеведческая деятельность, массовые туристские слеты и соревнования, семинары и конкурсы по различным видам туризма и т. д., которые влияют на выработку необходимых качеств, навыков и умений у молодого поколения.

По статистике Росстата за 2013 года в системе дополнительного образования в туристско-краеведческих кружках и объединениях занимается 875 тысяч обучающихся, что составляет 6,5% от всех учащихся в школе (13 млн.444 тысячи) [1].

Целью нашего исследования было проанализировать основные направления развития детско-юношеского туризма в основных регионах Сибирского федерального округа, разработать новый туристско-экскурсионный маршрут «Алтайский край геологический» и предложить рекомендации для развития детско-юношеского туризма в Алтайском крае для «Алтайского краевого центра детско-юношеского туризма и краеведения».

Чтобы исследование было обоснованным и наиболее полным, нами были выполнены следующие задачи:

- проанализировано развитие детско-юношеского туризма в наиболее развитых регионах Российской Федерации (Московской и Ленинградской областях, в Краснодарском и Ставропольском краях);

- изучено развитие детско-юношеского туризма в ведущих регионах Сибирского федерального округа (Красноярском и Алтайском краях, Новосибирской и Иркутской областях);

- разработан новый туристско-экскурсионный маршрут «Алтайский край геологический» для «Алтайского краевого центра детско-юношеского туризма и краеведения»;

- после апробации маршрута, проанализированы его недостатки, а также предложены рекомендации для развития детско-юношеского туризма в Алтайском крае для «Алтайского краевого центра детско-юношеского туризма и краеведения».

В ходе нашего анализа было выявлено, что наиболее ценным опытом в развитии детско-юношеского туризма в Российской Федерации располагают следующие учреждения дополнительного образования детей: в Московской области - это «Федеральный центр детско-юношеского туризма и краеведения Министерства образования и науки РФ» и Государственное образовательное учреждение ГБОУ ДДЮТЭ (Дом детско-юношеского туризма и экскурсий) «Родина» им. А.А. Остапца-Свешникова; в Ленинградской области - это Государственное бюджетное образовательное учреждение дополнительного образования детей детский оздоровительно-образовательный туристский центр Санкт-Петербурга «Балтийский берег» и Муниципальное бюджетное образовательное учреждение дополнительного образования детей «Дом детского и юношеского туризма и экскурсий «Ювента»; в Краснодарском крае – это ГБОУ ДОД «Центр детского и юношеского туризма и экскурсий» Краснодарского края и МОУ ДОД «Центр детского и юношеского туризма и экскурсий г. Сочи»; в Ставропольском крае – это «Краевой центр экологии, туризма и краеведения» г. Невинномыска.

Наиболее интересные моменты в детской туристско-краеведческой деятельности имеют следующие учреждения дополнительного образования детей: в Красноярском крае - это КГБОУДОД Красноярский краевой детско-юношеский центр «Центр туризма и краеведения»

и МОБУ ДОД «Центр детско-юношеского туризма» г. Минусинска; в Иркутской области - это МКОУ ДОД «Центр развития творчества детей и юношества им. Г. И. Замаратского» г. Железногорска и ОГОБУ ДОД «Центр развития дополнительного образования детей Иркутской области»; в Новосибирской области – это ГАОУ ДОД Новосибирской области «Центр развития творчества детей и юношества»; в Алтайском крае – это КГБОУ ДОД «Алтайский краевой центр детско-юношеского туризма и краеведения».

Мы также более подробно проанализировали деятельность таких учреждений детского туризма Алтайского края, как «Алтайский краевой центр детско-юношеского туризма и краеведения» и «Станция детского и юношеского туризма и экскурсий» г. Рубцовска и выявили такие проблемы, с которыми данные учреждения сталкиваются в настоящее время, как недостаток помещений, оборудования, материальных ресурсов; отсутствие целевого финансирования участия кружковцев в массовых мероприятиях различного уровня; низкий уровень исходного физического, волевого, социально-личностного развития учащихся; перегрузка учащихся в школе, её значительное возрастание в старших классах; значительное сокращение финансирования учреждения; отношение к дополнительному образованию как к второстепенном. Все вышеперечисленное не дает педагогам с их воспитанниками достичь высоких результатов.

Мы предложили «Алтайскому краевому центру детско-юношеского туризма и краеведения» геологический туристско-экскурсионный маршрут «Алтайский край геологический». В этом направлении Центр проводит ряд мероприятий: секции «Геология» на Краевом туристско-краеведческом слете «Алтай»; краевой заочный конкурс «Алтайские недра»; была проведена комплексная геолого-краеведческой экспедиции «Маршрутами В.И. Верещагина». Также существует подпрограмма «Юные геологи» Всероссийского туристско-краеведческого движения обучающихся РФ «Отечество», которая активно развивается в Алтайском крае с 2009 г. Но, по сравнению с другими направлениями, геологическое краеведение в образовательных учреждениях Алтайского края представлено слабо [2].

Данный маршрут связан с историей и развитием камнерезного дела и рудного промысла на Алтае.

При выборе возрастной группы мы остановились на возрасте 15 – 16 – 17 лет (это учащиеся 9-х, 10-х, 11-х классов), т. к. данной возрастной группе более интересно это направление, у них уже имеются знания по истории Алтайского края, в том числе по истории камнерезного дела на Алтае. Была скомплектована группа в составе 20 детей + 2 руководителя (сопровождающих) группы.

Нами была составлена нить маршрута, а также просчитан километраж маршрута: г. Барнаул – с. Калманка (53 км) – г. Алейск (74 км) – с. Пospелиха (93 км) – с. Курья (57 км) – г. Змеиногорск (51 км) – с. Колывань (77 км) – г. Барнаул (328 км). Общая протяженность маршрута составляет 733 км. Продолжительность маршрута составляет 3 дня.

Был предложен зимний вариант маршрута «Алтайский край геологический», также была составлена программы маршрута:

1 день: отправление из г. Барнаула в г. Змеиногорск через населенные пункты: с. Калманка – г. Алейск – с. Пospелиха – с. Курья; остановка в с. Пospелиха – обед; заезд в с. Курья – экскурсия в «Мемориальный музей Калашникова М.Т.»; заезд в г.Змеиногорск – расселение в гостинице.

2 день: экскурсия в «Музей горного дела» в г. Змеиногорске + экскурсия по городу. Посещение горнодобывающего предприятия ОАО «Сибирь-Полиметаллы» + экскурсия по предприятию.

3 день: сборы ранним утром. Отправка в г. Барнаул; по пути заезд в с. Колывань – посещение «Колыванского камнерезного завода» + экскурсия по заводу; остановка в с. Пospелиха на обед.

Была выполнена необходимая калькуляция маршрута, даны рекомендации по снаряжению детей.

Была проведена апробация маршрута, в результате которой были выявлены следующие недостатки:

- не точно рассчитан километраж;
- не совсем верно рассчитано время в пути;
- опоздание группы в музей Калашникова М.Т. из-за непредвиденных обстоятельств.
- нехватка игрового элемента в пути по маршруту, в связи с чем, группе иногда было скучно в дороге.

Недостатки маршрута будут исправлены и «Алтайскому краевому центру детско-юношеского туризма и краеведения» будет предложен скорректированный туристско-экскурсионный маршрут «Алтайский край геологический».

Также нами были составлены рекомендации для развития детско-юношеского туризма в Алтайском крае для «Алтайского краевого центра детско-юношеского туризма и краеведения».

При составлении рекомендаций мы опирались на опыт учреждений детско-юношеского туризма в ведущих регионах РФ. Были предложены мероприятия, которые проводятся в таких аналогичных учреждениях детско-юношеского туризма, как «Федеральный центр детско-юношеского туризма и краеведения Министерства образования и науки РФ» и Государственное образовательное учреждение ГБОУ ДДЮТЭ (Дом детско-юношеского туризма и экскурсий) «Родина» им. А.А. Остапца-Свешникова и др.

Данные рекомендации будут доложены на рабочем совещании коллектива «Алтайского краевого центра детско-юношеского туризма и краеведения».

Список использованных источников и литературы :

1. Константинов, Ю.С. О некоторых проблемах детско-юношеского туризма / Ю.С. Константинов // Состояние, проблемы и перспективы детско-юношеского и социального туризма: Материалы Второй междунар. конф.. – Москва, 2013. – С. 69-74.
2. КГБОУ ДОД «Алтайский краевой центр детско-юношеского туризма и краеведения» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://akcdutik.ru/>. – Загл. с экрана.

## ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ КОМПЛЕКС «БИРЮЗОВАЯ КАТУНЬ»: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Шебалина М. С. – магистр, Дунец А.Н. – д.г.н., профессор

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Алтайский край заметно выделяется среди других регионов Сибири своими проектами в сфере туризма. Неслучайно одним из приоритетных направлений, представленных в «Стратегии развития Алтайского края до 2025 г.» (принятой в 2007 г.), является развитие регионального туристского кластера. Отмечается, что он будет состоять из нескольких субкластеров. Особое значение придается созданию Особой экономической зоне туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь»[1].

ОЭЗ ТРТ «Бирюзовая Катунь» представляет собой наглядный пример нового подхода в развитии туристского направления в России и позиционируется как первый в России крупный единый комплекс природного и экстремального туризма в горах, с четким разделением на «молодежно-экстремальную» зону с культовым статусом, привлекательным архитектурным решением молодежного отеля и центрами горнолыжников, рафтеров, треккеров, скалолазов, и на зону для состоятельных туристов с эксклюзивными и комфортабельными гостиницами, включающими в дополнение к приключениям на природе, оздоровительные и СПА-комплексы и процедуры[3].

Территория, на которой расположена особая экономическая зона туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь», — самая большая среди всех ОЭЗ туристско-рекреационного типа России и составляет 3326 га. Определяющими характеристиками

данной местности является сочетание бурной реки Катунь и различных типов первозданного природного ландшафта – гор высотой до 1000 м, равнинных участков, пастбищ и смешанных лесов. Отличительной особенностью климата этой зоны является высокая ионизация воздуха, превышающая показатели Швейцарских Альп более чем в два раза.

Основной целью создания ОЭЗ ТРТ «Бирюзовая Катунь» является организация оказания туристских, оздоровительных и санаторно-курортных услуг на качественно новом, приближенном к мировому стандарту уровне, что в свою очередь повлечет увеличение туристского потока, мест размещения туристов и создание новых рабочих мест.

ОЭЗ ТРТ «Бирюзовая Катунь» создана Постановлением Правительства РФ от 03.02.2007 №69, проект получил пилотный статус реализации среди семи зон туристско-рекреационного типа в России, что безусловно повлечет за собой качественно новый толчок в развитии туристской индустрии всего края.

Проект рассчитан на долгосрочную реализацию. Период реализации которой рассчитан до 2055г., но выход на полную мощность запланирован к 2025 году. Финансирование проекта основано на принципе государственно-частного партнерства. В настоящее время завершено строительство основных объектов инфраструктуры. Объем средств федерального бюджета, бюджета субъекта РФ и местных бюджетов, направленных на финансирование создания объектов инфраструктуры ОЭЗ, (млн. руб.) на 01.01.2015 составил 4 605 тыс. руб. Общая стоимость проекта составляет 30 млрд. руб.

Количество действующих резидентов на 01.01.2015 с совокупным объемом заявленных инвестиций 8234,1 млн. руб. На территории ОЭЗ фактически осуществляются следующие виды услуг: гостиничные услуги, горнолыжный туризм, экскурсионный, экстремальный (сплавы, аттракционы), спелеотуризм, пляжный отдых, торговля, общественное питание.

Главная цель развития туристско-рекреационного комплекса региона состоит в том, чтобы гарантировать его устойчивость и конкурентоспособность. Конкурентными преимуществами особой экономической зоны «Бирюзовая Катунь» являются:

- богатый природный и историко-культурный потенциал,
- уникальные природно-лечебные и гидроминеральные ресурсы (высоко ионизированный воздух, кристально чистая вода, хвойные леса, минеральные азотно-кремнистые термальные воды с содержанием радона)
- статус пилотного проекта;
- наличие на территории ОЭЗ ТРТ функционирующих объектов инженерной и туристской инфраструктуры (искусственное озеро, пруд, гостиничные комплексы, горнолыжный комплекс);
- бренд «Бирюзовая Катунь», узнаваемый с 2002 года;
- наличие на территории аттрактивных объектов природного происхождения (река Катунь, Тавдинские пещеры, Алтайские горы);
- транспортная доступность территории (федеральная трасса М-52, мост через реку Катунь);
- высокие темпы роста спроса на туристско-экскурсионные услуги
- рост популярности внутреннего туризма [3].

К сожалению, существует ряд проблем, препятствующий более успешному развитию ОЭЗ, а именно:

- недостаточные объемы инвестиций;
- медленные темпы строительства утвержденных объектов;
- в зимнее время большинство средств размещения не работают, поэтому туристы, посещающие горнолыжный комплекс практически не пользуются другими услугами ОЭЗ «Бирюзовая Катунь».

Тем не менее, существуют перспективы развития ОЭЗ ТРТ «Бирюзовая Катунь». Так на территории ОЭЗ действует Наблюдательный совет, которым в 2014 году выполнен и утвержден «Перспективный план развития территории ОЭЗ ТРТ «Бирюзовая Катунь», которым определены основные векторы развития ОЭЗ и значения целевых показателей

деятельности и эффективности функционирования ОЭЗ. Основными направлениями плана предусмотрены:

- создание конкурентоспособного и востребованного продукта как на инвестиционном, так и туристском рынке;
- активизация деятельности существующих инвесторов;
- увеличение туристского потока через создание новых мест размещения и расширения спектра оказываемых туристских услуг;
- рост занятости населения в области туризма и иных сопутствующих сфер деятельности;
- завершение процесса создания инженерной инфраструктуры и обеспечение ее эффективного функционирования;
- скорейший ввод в эксплуатацию туристско-рекреационных объектов в количестве, достаточном для запуска и начала эксплуатации созданных (создаваемых) объектов инженерной инфраструктуры ОЭЗ.
- привлечение большего числа резидентов.

В последние годы, благодаря совместным усилиям Администрации Алтайского края, Алтайского района и управляющей компании удалось расширить рамки сезона. Так летний сезон стартует в мае с празднования « Цветение Маральника», а завершается в начале октября акцией «Золотая осень на «Бирюзовой Катуни». Стабильно увеличивается туристский поток, по сравнению с 2013 г. вырос на 11%, и составил 418 тыс. человек.

В настоящее время положительный опыт создания туристско-рекреационных комплексов активно перенимается в Алтайском крае. Так, в продолжение федеральной целевой программы развития «Развитие туризма в Алтайском крае 2011-2016 годы» 29.12.2014 года была принята государственная программа «Развитие туризма в Алтайском крае» на 2015-2020 годы. Одной из главных задач которой является формирование на территории края системы туристских кластеров для обеспечения развития объектов туризма и сопутствующей инфраструктуры, привлечение инвестиций в туристскую индустрию. Для этого, на территории края определены 13 туристско-рекреационных кластеров, каждый из которых, обладая уникальными туристскими ресурсами, по- своему уникален, интересен и имеет перспективы развития[1].

Алтайский район считается центром развития туризма и отдыха в регионе. В районе так же формируются центры туристского притяжения: село Алтайское, «озеро Ая».

В заключении отметим, что Управление Алтайского края по развитию туристско-рекреационного и санаторно-курортного комплексов ведет большую работу, направленную на эффективное использование имеющихся туристских ресурсов и развитие туризма на инновационной основе. Успешный положительный опыт по развитию ТР ОЭЗ «Бирюзовая Катунь», курорта Белокуриха, проекта «Золотые ворота» г. Бийск, несомненно, будет распространяться на другие кластеры края.

Список использованных источников литературы:

[1] Государственная программа Алтайского края « Развитие туризма в Алтайском крае» на 2015-2020 годы. От 29.12.2014г. №589.

[2]Дунец А.Н. Пространственная организация туризма в регионе: теоретические основы кластерного подхода / Современные проблемы сервиса и туризма. – 2011. –№1, С.-37-44.

[3] Управление Алтайского края по развитию туристско-рекреационного и санаторно-курортного комплексов[Официальный сайт]/Режим доступа:[http://www.alttur22.ru/investoram/investicionnye\\_proekt\\_y/investicionnyj\\_obekt\\_1/](http://www.alttur22.ru/investoram/investicionnye_proekt_y/investicionnyj_obekt_1/)-загл.с экрана

## СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КЛАСТЕРА БЕЛОКУРИХА

Шлыкова А.С. - студент, Реякин В.С. – д.г.н., профессор

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Курортно-рекреационный и туристический комплекс Белокуриха – это совокупность связанных между собой отраслей и предприятий хозяйственного комплекса, объединенных общей целью – круглогодичное использование курорта в целях восстановительного лечения, медицинской реабилитации и оздоровления населения Алтайского края, регионов Сибири, Федерального округа России, ближнего и дальнего зарубежья, а также создание конкурентоспособного туристического продукта на основе эффективного использования природных, лечебных, социально-культурных и производственно-экономических ресурсов.

Курорт Белокуриха имеет статус курорта федерального значения и отнесен к уникальным курортам Российской Федерации. Самым важным природным лечебным фактором здравницы являются азотно-кремнистые термальные воды с содержанием радона из естественных источников.

Мягкая зима, нежаркое лето, теплая погода весенних и осенних месяцев, преимущественно безветренная, кратковременные заморозки зимой, сменяющиеся частыми оттепелями и постоянство барометрического давления – являются благоприятными климатическими условиями, которые благотворно влияют на оздоровление организма человека, приезжающего отдохнуть в Белокуриху [1].

Город Белокуриха, благодаря особому географическому положению, природным и культурно-историческим достопримечательностям, представляет значительный интерес для туристов. На курорте созданы все условия для размещения, отдыха, питания туристов и спортсменов-профессионалов.

Туристский продукт города-курорта Белокуриха пользуется устойчивым спросом не только среди жителей Сибири и Российской Федерации, но и за рубежом.

Наиболее весомый вклад город Белокуриха вносит в туристическую и санаторно-оздоровительную деятельность Алтайского края.

Год от года растет количество новых рабочих мест: гиды, экскурсоводы, переводчики, обслуживающий персонал подъемников, кафе, пунктов проката, инструкторы школы горнолыжного катания и прочие. В этой сфере занято 60,2% работающего населения города Белокурихи.

В большой мере развитию туризма способствует наличие развитой инфраструктуры: в городе развита сеть пансионатов и гостиниц, сеть общественного питания.

Туристская инфраструктура Белокурихи включает в себя:

- гостиницы – 12 ед. на 1300 мест;
- санаторные комплексы 5 ед. на 1300 мест;
- мини-отели – 17 ед. на 1100 мест;
- объекты общественного питания (кафе и рестораны) – 75 ед.;
- лечебно-оздоровительные объекты – 38 ед.;
- спортивные объекты – 57 ед.;
- объекты развлечений и торговли – 98 ед.;
- объекты сервиса – 35 ед [3].

Крупных здравниц, число мест в которых составляет от 400 до 1600 – три. Это ЗАО «Курорт Белокуриха», ОАО «Санаторий «Россия» и ОАО «Санаторий «Алтай-West».

На территории города работает 8 туристских фирм, разработано 17 туристско-экскурсионных маршрутов по городу Белокуриха и ее окрестностям (Смоленскому, Солонешенскому, Советскому, Алтайскому районам и Республике Алтай).

В последние годы турпоток в Белокуриху постоянно возрастает. В 2012 году на курорте отдохнули около 140 тыс. человек, за 2013 год город количество туристов составило 183 тыс. человек, а в 2014 – уже более 190 тыс [2].



Развитие санаторно-курортного комплекса города в настоящее время идет самыми высокими темпами. С целью постановки более точных диагнозов и разработки оптимального комплекса лечебных мероприятий, сегодня санатории из лечебных превращаются в клиничко-диагностические комплексы. Постоянно совершенствуются подходы к оздоровлению отдыхающих, повышается качество обслуживания клиентов в организациях города.

Мощный толчок развитию сферы туризма придает создание на территории города туристско-рекреационного кластера «Белокуриха», создаваемого на территории двух муниципальных образований региона - г. Белокурихи и Смоленского района.

Планируется строительство новых санаториев и пансионатов, а также дендрария, парков, скверов и терренкуров. В процессе строительства к работе привлекаются архитектурные, интерьерные и ландшафтные дизайнеры с целью сохранения природных особенностей.

На территории Смоленского района, недалеко от Белокурихи разведаны Искринское и Черновское месторождение радоновых вод. С этим месторождением связывают перспективы создания нового санаторно-курортного комплекса Белокуриха - 2.

«Белокуриха-2», а впоследствии, возможно, и «Белокуриха-3», будет построена на территории лесного массива, на площади более 60 тыс. га в непосредственной близости от существующего курорта.

Центром застройки «Белокурихи-2» станет санаторно-курортный комплекс, вокруг которого планируют разместить альпийскую и «немецкую» деревни, несколько охотничьих и рыболовецких хозяйств, горнолыжную инфраструктуру и многое другое.

«Белокуриха-2» дает импульс развитию большой прилегающей территории, в том числе и природно-климатическому парку на большой площади» [3].

Несколько лет назад ЗАО «Курорт Белокуриха» открыло площадку «Сибирское подворье», которая к сегодняшнему дню стала центром событийного и делового туризма в Алтайском регионе. Здесь ежегодно проводят различные мероприятия, от региональных выставок сельскохозяйственной продукции, животноводческих хозяйств, автовыставок до международных форумов «Visit Altai», «Сельский туризм России», Молодёжный форум Шанхайской организации сотрудничества по предпринимательству и приграничному сотрудничеству, международный молодежный управленческий форум «Алтай. Точки роста» и многое другое

Согласно программе развития Белокуриха целью развития туристско-рекреационного комплекса является создания из Белокурихи центра санаторно-оздоровительной и курортной деятельности международного уровня. Для достижения данной цели необходимо решение существующих в городе проблем.

Город Белокуриха представляет собой оздоровительный и туристический центр, поэтому его инвестиционная привлекательность напрямую зависит от доходов санаторно-курортного и туристического бизнеса. Рост инвестиционной активности является решающим фактором модернизации экономики, роста ее конкурентоспособности, а также ключевым условием создания благоприятной социальной среды, комфортного проживания населения города Белокуриха. Поэтому необходимо постоянная поддержка инвестиционной привлекательности кластера, а именно разработка соответствующих программ развития, инвестиционных проектов и т.д.

Создание условий для повышения конкурентоспособности экономики и качества жизни населения города Белокуриха невозможно без развитой транспортной инфраструктуры. Ежегодно значительные финансовые средства инвестируются в развитие дорожного хозяйства города.

В Белокурихе в данной отрасли остаются проблемы, наиболее серьезной из которых является неудовлетворительное (аварийное) состояние моста и автомобильных дорог в городе-курорте и окрестностях.

Следующей проблемой является экология. Город Белокуриха в силу сложившейся структуры экономики относится к экологически чистым городам России. Уровень экологической нагрузки на экономику значительно ниже, чем в других городах.

Основными проблемами в сфере экологической безопасности являются:

- загрязнение воздуха, поверхностных водных ресурсов, почв в результате хозяйственной деятельности человека;

- не развита инфраструктура по сбору, переработке и захоронению отходов;

- низкая экологическая культура населения.

В целях развития природно-ресурсного потенциала города Белокуриха необходимо обеспечение экологической безопасности курортной местности.

Одним из приоритетных направлений развития туристского кластера Белокуриха является международное сотрудничество.

В целях активизации международных связей в 2010 году был подписан меморандум о международном сотрудничестве и намерении в дальнейшем заключить соглашение о породненных отношениях между городами-курортами Бад-Зекинген (Германия) и города Белокуриха. Одним из направлений развития партнерских отношений между городами-курортами будет сотрудничество по реализации совместных проектов в экономической, научно-технической, гуманитарной и культурной сферах.

В настоящее время Белокуриха приобретает славу не только как бальнеологический курорт, но и как место проведения международных научно-практических конференций: Международный форум ЮНЕСКО и Фонд дикой природы под девизом «Природа, экология, человек», ежегодный «Сибирский Давос» — традиционная экономическая конференция, собирающая экономистов и политологов самого высокого ранга [1].

За последние годы многое сделано для раскрытия туристического потенциала, формирования современной туристической деятельности, роста вклада туристической индустрии в социально-экономическое развитие города: развивается инфраструктура туризма, ведется работа по созданию туристических кластеров.

Делая вывод о перспективах развития туристского кластера Белокуриха, необходимо отметить имеющиеся на сегодняшний день проблемы. Это и недостаточная поддержка инвестиционных проектов по развитию курорта, нерациональное использование имеющихся ресурсов, неудовлетворительное состояние транспортной инфраструктуры туристского кластера и напряженная экологическая обстановка. К перспективам развития можно отнести формирование Белокурихи, как центра санаторно-оздоровительной и курортной деятельности международного уровня. В настоящее время разрабатываются соглашения о международном сотрудничестве курорта с Европейскими странами и странами ШОС; санатории из лечебных учреждений превращаются в клиничко-диагностические комплексы; регулярно проводятся конференции, выставки, различные форумы как регионального, всероссийского, так и международного уровней, что способствует развитию туризма в Белокурихе и в регионе в целом.

Список использованных источников и литературы:

1. Белокуриха [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://altairegion22.ru/territory/regions/belokurikha/> - Загл. с экрана.

2. Белокуриха [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Белокуриха> - Загл. с экрана.

3. Белокуриха [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://belokuriha-gorod.ru/publ/istorija/istorija\\_goroda/istoriya\\_goroda/27-1-0-12](http://belokuriha-gorod.ru/publ/istorija/istorija_goroda/istoriya_goroda/27-1-0-12) - Загл. с экрана.

## СИСТЕМЫ ИНТЕРНЕТ-БРОНИРОВАНИЯ ОТЕЛЕЙ РОССИЙСКОГО ТУРИСТСКОГО РЫНКА

Шлыкова А.С. - студент, Биттер Н.В. - к.п.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Сегодня для путешественников создаются все условия для максимально комфортного отдыха, а также для его подготовки. Одним из таких удобств является система бронирования отелей.

Системами онлайн бронирования гостиниц называются системы, в которых отражено наличие реальных номеров в гостиницах и в которых информирование гостиницы о бронировании номера клиентом происходит менее чем за одну минуту с момента бронирования.

Выбор систем онлайн-бронирования, в первую очередь, связан с высокой популярностью пользования онлайн-ресурсами клиентами.

Размещенная на сайте система бронирования позволяет осуществлять самостоятельное бронирование номеров отелей. Форма поиска содержит информацию из сотен стран мира, тысяч городов и десятков тысяч вариантов номеров, собранных в единую базу для удобства туристов [2].

Рассмотрим наиболее популярные системы интернет-бронирования гостиниц.

Booking.com — самый известный сервис. В базе около 300 тыс. предложений и более 7 млн отзывов. Ежедневно через сайт бронируют до 150 тыс. номеров.

Agoda.com — крупный международный портал. Более 265 000 отелей, свыше 4 млн отзывов. Для постоянных пользователей действуют скидки.

Hrs.com — международный ресурс, более 250 тыс. предложений. Гарантируют, что цена после бронирования не изменится.

Hotel.info — немецкий сервис. Более 200 тыс. вариантов жилья. В 2012-м его услугами воспользовалось более 10 млн человек.

Expedia.com — американский сервис, 140 тыс. отелей. Можно бронировать также билеты, экскурсии [3].

В настоящее время различные системы онлайн бронирования фактически отличаются друг от друга только следующим:

- набором услуг и числом владельцев представленных в системе различных видов ресурсов, а также обеспечиваемым уровнем доступа к их базам данных;
- удобством формирования запросов на бронирование (дружественностью интерфейса ПО, установленного на персональном компьютере трэвел-агентства);
- надежностью каналов связи между трэвел-агентствами и центром обработки данных системы;
- размером платы за пользование информационными услугами и порядком ее формирования [1].

Для выявления преимуществ и недостатков той или иной системы онлайн-бронирования отелей, были проанализированы несколько таких сайтов. Системы подбирались исходя из их популярности на российском туристском рынке, наличия русскоязычной версии, объема отельной базы.

Перечень анализируемых сайтов: Booking.com; Hotels.com; Agoda.com; Hrs.com; Okto.ru; CityTravel; Островок.ru; HotelBook.ru; GTA - gullivers travel associates.

Критерии для оценки характеристик систем были подобраны следующие:

- Год основания;
- Предлагаемые тарифные планы;
- Платежные средства, принимаемые для оплаты бронирования;
- Отельная база системы, включающая общее количество отелей, количество стран, охватываемых системой;
- Параметры выбора – критерии, по которым производится отбор отелей;

- Описание отелей на сайте;
- Описание номеров на сайте;
- Дополнительные услуги, которые может оказывать данная система бронирования;
- Отзывы клиентов;
- Гарантии надежности – безопасности предоставленных данных;
- Регистрация – создание личного кабинета в системе для физических или юридических лиц;
- Управляющий офис / наличие представительств в России;
- Возможность работы с юридическими лицами с выплатой комиссионных вознаграждений;
- Языки, на которых предоставляется данная система бронирования;
- Наличие программ лояльности;
- Гарантия лучшей цены;
- Сложность системы.

#### Выводы:

На основании проведенного анализа были сделаны выводы, что для пользователей систем интернет-бронирования важными являются следующие показатели:

- Обширная отельная база;
- Наличие нескольких тарифных планов;
- Возможность бронирования дополнительных услуг;
- Гарантии конфиденциальности данных;
- Наличие программ лояльности и пр.

Исходя из предъявляемых требований для частных лиц, наиболее удобными являются следующие системы бронирования:

– Booking.com, так как она обладает самой большой базой отелей; предоставляет удобные варианты бронирования с возможностью аннуляции брони; имеет достоверные отзывы об отелях; гарантирует безопасность данных методом шифрования; не требует обязательной регистрации; гарантирует лучшую цену на номер и имеют множество скидок и акций.

– Hotels.com, имеет хорошую отельную базу; несколько тарифов бронирования, возможность отложенного платежа; обладает наибольшим количеством параметров выбора отеля (включая критерии для поиска гостиниц, оборудованных для принятия гостей с ограниченными возможностями); отзывы об отелях предоставляются только их клиентами; гарантия надежность данных SSL, бонусная программа «CashBack – 10%».

– Hrs.com, предлагает невозвратные и возвратные тарифы; обладает наиболее полным и качественным описанием представленных отелей (включая особенности, стиль и атмосферу отеля, удаленность от достопримечательностей, предоставляемые услуги и др.); клиент получает возможность после выезда из отеля оставить отзыв по электронной почте; дополнительная возможность бронировать автомобили; гарантия конфиденциальности данных SSL; гарантия лучшей цены.

– Островок.ru, российская система бронирования с удобным интерфейсом; широкая отельная база, тарифная сеть с возможностью «отложенного платежа»; наибольшее количество вариантов оплаты (помимо пластиковых карт международных систем, принимает платежи через терминалы оплаты QIWI, Евросеть, Связной и Яндекс-Деньги); большое количество параметров выбора (в том числе по параметрам бронирования); гарантия лучшей цены.

При проведении сравнительного анализа систем интернет-бронирования отелей сделаны рекомендации по использованию их туристскими фирмами.

Для юридических лиц наиболее выгодным взаимодействием с системами бронирования является заключение субагентского договора.

При заключении такого соглашения туристская фирма получает:

- Доступ к системе бронирования;
- Соответствующее программное обеспечение;
- Предлагаемые тарифы;

- Описание и рекомендации по бронированию;
- Вознаграждение за каждое произведенное бронирование (как правило, 10-20% от стоимости услуги);
- Гарантии, в случае невыполнения или ненадлежащего выполнения обязательств по договору.

Наиболее выгодные условия для юридических лиц предлагают системы бронирования HotelBook и GTA.

- HotelBook предлагает партнерам турагентствам вознаграждение в размере 20% от суммы бронирования;
- GTA предоставляет субагенту вознаграждение в 17% от стоимости услуг на бронирование отелей и 10% от бронирования апартаментов, индивидуальных и групповых экскурсий и трансфертов.

На основе проведенного анализа также выявлены следующие тенденции в развитии систем онлайн-бронирования отелей:

- Постоянный рост числа систем онлайн-бронирования гостиниц;
- Новые системы интернет-бронирования чаще всего заключают договора с более крупными компаниями, тем самым получая базу отелей одной или нескольких систем;
- Совершенствование систем онлайн-бронирования с учетом технического прогресса (внедрение новых технологий безопасности персональных данных; создание мобильных приложений для удобства бронирования номеров в любое время в любом месте);
- Глобализация систем интернет-бронирования отелей (объединение путем поглощения более мелких компаний);
- Создание сайтов и приложений, позволяющих быстро сравнивать цены и уровень качества запрашиваемых гостиниц – Google, HotelLook и т.д.;
- Системы бронирования выбирают один из путей развития: либо расширение путем добавления новых услуг бронирования (авиабилеты, экскурсии, прокат автомобилей), либо специализация только на средствах размещения - совершенствование и увеличение отельной базы.

В результате проведенного исследования были выявлены возможности использования систем бронирования в деятельности туристских фирм при выборе интернет-источника резервирования отелей при организации корпоративных и деловых поездок, а также использования данных систем частными лицами.

Список использованных источников и литературы:

1. Аврин, С. Системы комплексного обслуживания: аспект бизнес-процессов (на примере зарубежных систем бронирования авиаперевозок) [Текст] / С. Аврин. // Директор. – 2007. - № 34. – С. 34-39
2. Плюсы и минусы онлайн-бронирования для туристов [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://vesti.ua/poleznoe/2265-preimuwestva-i-nedostatki-onlajn-bronirovanija-dlja-turistov>. – Загл. с экрана.
3. Прокопенко, С. Перспективы туристического бизнеса в Сети Библиотека I2R.ru [Электронный ресурс] / С. Прокопенко. - Режим доступа : [http://i2r.ru/static/263/out\\_5106.shtml](http://i2r.ru/static/263/out_5106.shtml). – Загл. с экрана.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРФИРМАХ Г. КРАСНОЯРСКА

Шорникова А.В. – студент, Шаховалов Н.Н. - к.п.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В настоящее время туризм – это глобальный компьютеризированный бизнес, в котором участвуют крупнейшие авиакомпании, гостиничные цепочки и туристические корпорации всего мира. Современный турпродукт становится более гибким и индивидуальным, более

привлекательным и доступным для потребителя. Персональный компьютер и Интернет, их доступность и надежность, способствуют проникновению во все сферы общества новых информационных технологий. Эти технологии являются, возможно, первыми в истории человечества, обеспечивающими рост производительности в сфере услуг.

Персональный компьютер и Интернет, их доступность и надежность, способствуют проникновению во все сферы общества новых информационных технологий. Эти технологии являются, возможно, первыми в истории человечества, обеспечивающими рост производительности в сфере услуг.

Это наблюдается сегодня и в туризме. Ведь туризм и информация неразделимы: информацией обмениваются сотни раз в день все участники туристического рынка, значит, нужно уметь работать с информацией, собирать, обрабатывать и принимать на ее основе единственно верное решение.

Используя преимущества информационных технологий, современная туристическая компания, уверенно и успешно работает сегодня, закладывает фундамент завтрашнего процветания. В этой связи актуально исследовать информационные технологии, используемые в туризме, и их способность решить проблемы турфирмы и принести ей пользу.

Если дать обобщенную характеристику, то информационная технология – это процедура поиска, сбора, хранения, обработки, предоставления, распространения информации с целью получения информационного продукта, способствующего развитию (повышению эффективности) той или иной сферы человеческой деятельности [2].

Информационные технологии в сфере туризма способствуют внедрению научных подходов в организацию рабочего процесса с целью его оптимизации и повышения эффективности функционирования. В последние годы компьютер превращается из вспомогательного в одно из основных средств работы в туризме [1].

Индустрия туризма настолько многолика и многогранна, что требует применения самых разнообразных информационных технологий, начиная от разработки специализированных программных средств, обеспечивающих автоматизацию работы отдельной туристской фирмы или отеля, до использования глобальных компьютерных сетей.

В настоящее время формирование турпродукта предусматривает использование глобальных распределительных систем GDS (Global Distribution System), обеспечивающих быстрое и удобное бронирование билетов на транспорте, резервирование мест в гостиницах, прокат автомобилей, обмен валюты, заказ билетов на развлекательные и спортивные программы и т.д.

В индустрии туризма также широко распространен видеотекст, сочетающий возможности компьютерных систем резервирования, электронной почты, телекса, электронных газет.

Современный уровень развития турбизнеса и жесткая конкуренция в этой области придают особую важность информационным системам туристских агентств. Функциональные возможности этих систем должны обеспечивать: ввод, редактирование и хранение информации о турах, гостиницах, клиентах, о состоянии заявок, предусматривать вывод информации в форме различных документов: анкет, ваучеров, списков туристов, описаний туров, гостиниц; рассчитывать стоимость туров с учетом курса валют, скидок, контролировать оплату туров, формирование финансовой отчетности, перевод экспорт-импорт данных в другие программные продукты (Word, Excel, бухгалтерские программы) и прочие возможности. Эти системы не только ускоряют процесс расчетов и формирование документов, но и могут уменьшать стоимость услуг (турпакета), выбрав оптимальный по цене вариант доставки клиентов, размещения и т. п. [3].

В настоящее время на российском туристском рынке можно выделить следующие виды автоматизации типовой турфирмы:

1) применение стандартного программного обеспечения, например, использование программ Word, Excel, PowerPoint, Outlook, готовых баз данных Access, программ-переводчиков, бухгалтерских, финансовых, систем управления документами, знаниями.

2) применение специальных типовых информационных технологий управления в туризме: «МАСТЕР-ТУР», «САМО-Тур» и др.

3) использование глобальных компьютерных систем бронирования: «AMADEUS», «GALILEO» и др.

4) сопряжение типовых информационных технологий управления с системами бронирования.

Разнообразные информационные технологии управления, используемые в туризме (программные комплексы, сопряженные с глобальными компьютерными системами бронирования и локальными программами типа бухгалтерских или программ рассылки факсов) позволяют все бизнес-процессы в туризме превратить в электронные, для реализации безбумажных технологий, технологий обмена информацией по электронной почте и возможностей Интернета.

Широкое применение интернет-технологий становится одной из актуальнейших задач в индустрии туризма. Создание мощных компьютерных систем бронирования средств размещения и транспорта, экскурсионного и культурно-оздоровительного обслуживания, информация о наличии и доступности тех или иных туров, маршрутов, туристского потенциала стран и регионов – весь комплекс этих вопросов становится актуальным для организации текущей и будущей деятельности туристских предприятий.

При анализе автоматизации и использования информационных технологий в турфирмах г. Красноярска были изучены 10 самых популярных среди населения города компаний, таких как «РоссТур», «El Mag», «НК ТРЭВЕЛ», «ТамТам», «Манго», «ИНДИГО», «Лекс-тур», «1001 тур», «Руссо Туристо-ТК», «Апрель».

Учитывая важную роль информационных технологий в работе турфирмы, все компании используют следующие информационные технологии: персональные компьютеры; телефонные аппараты с возможностью отправки и принятия факса; интернет; сотовая связь; кассовый аппарат.

С помощью вышеперечисленных средств информационных технологий выполняются следующие задачи:

- упрощение работы с документацией по средствам использования таких программ как Word, Excel, Power Point, Access;
- бронирование туров;
- получение доступа к каталогам и сайтам;
- использования электронной почты;
- использование факсимильной связи;
- проведение платежей через интернет («Клиент-Банк»);
- использование программ-переводчиков;
- автоматизация бухгалтерского и налогового учета («1-С: Бухгалтерия»).

Помимо этого абсолютно у всех компаний есть свои сайты с достаточно хорошим наполнением: здесь можно увидеть все страны, по которым осуществляется подбор туров; просмотреть информацию о компании и актуальных акциях; оставить свои данные для заказа и подбора тура; найти контакты компании и горящие туры; просмотреть фотоотчеты и новости.

Там можно не только найти, но и забронировать тур. Используются системы бронирования туров «Sabre» («Sabre/ Travel Network») и «Сирена». У многих компаний есть возможность он-лайн оплаты. Чаще всего представлены платежные системы «PAY.TRAVEL»; «TourPay»; «TelePay»; «AMIGO PAY»; «ЛИДЕР»; оплата картой «VISA» или «MasterCard» в «Личном кабинете»; услуги «СБЕРБАНК Он-лайн».

Также предлагается возможность воспользоваться услугами online системы бронирования гостиниц HotelBeds, Travco, GTA, HotelsPro, Expedia и RossHotel.

С учетом социальной активности современного общества многие компании активно принимают участие в социальных сетях, таких как «ВКонтакте», «Одноклассники», «Твиттер» и «ФэйсБук», используют отзывы своих туристов, он-лайн связь в «ICQ», «Skype» и на своих страницах в Интернете. У большинства есть возможность обратной связи по электронной почте и не только (услуга «закажи звонок»), бесплатные горячие линии (8-800) по всей стране.

Помимо вышеперечисленных средств некоторые компании используют возможность просмотра на своем сайте табло аэропорта в Красноярске и других городах.

Таким образом, информация стала мощным ресурсом в решении социально-экономических задач общества. Одним из первых в этом ряду стоит ИТ. Внедрение в практику работы всех звеньев и составляющих туристской индустрии Красноярского края современных информационных технологий позволяет существенно расширить и усовершенствовать прием и обслуживание. Наибольшее влияние современные компьютерные технологии оказывают на формирование и продвижение туристского продукта.

Для современного туристского бизнеса характерна очень высокая зависимость от наличия актуальной постоянно обновляемой информации, т.е. менеджер организации, специализирующейся на туристском обслуживании, должен получать информацию либо с минимальным запаздыванием во времени, либо без запаздывания (в режиме online). Это стало возможным с появлением глобальной сети Интернет, связавшей воедино все компьютеры мира и обеспечившей мгновенную и надежную передачу информации в едином мировом информационном поле. Именно Интернет дает возможность общения и передачи информации между любыми компьютерами по всему миру.

Индустрия туризма – стремительно развивающаяся отрасль современного российского бизнеса. Потребители становятся все более разборчивыми и требовательными к предоставляемым услугам. Выбирая услугу, покупатель отдает предпочтение тому, который, на его взгляд, изготовлен лучшей фирмой и поэтому, по его мнению, несравненно лучше других аналогичных товаров. У такого покупателя заранее сложились определенный образ данной фирмы и ее товаров, мнение об их превосходстве над другими аналогичными товарами. Такое мнение покупателя может сложиться стихийно, и тогда оно, безусловно, не всегда будет благоприятным для фирмы. Поэтому для туристической фирмы важно уделять особое внимание имиджу и престижности своей продукции. Все это обеспечивается путем разработки и правильной реализации политики продвижения товара.

В наши дни все тяжелее оставаться конкурентоспособными, особенно на туристическом рынке, поэтому стоит постоянно совершенствовать свой бизнес. Использование новых информационных технологий – один из лучших способ преуспеть в информационном обществе.

Список использованных источников и литературы:

1. Барабанова Н.А. Информационное сопровождение туристской деятельности : практ. пособие. – М. : Литера, 2011. – 158 с.
2. Жданчиков П.А. Информационная система экономико-статистического анализа туристской сферы // Прикладная информатика. – 2013. – № 2 (32). – С. 19–31.
3. Рябинина Ю. Интернет-сайты турфирм: агентства против операторов // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2009. – № 10. – С. 36–39.



## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ШОРСКОЙ ГОРНОЛЫЖНОЙ ДЕСТИНАЦИИ

Яркина М.Ю. – магистрант, Ревякин В.С. – д.г.н, профессор.

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В условиях продолжительной зимы, дестинации, предлагающие зимние виды отдыха и туризма становятся довольно популярными, и шорская горнолыжная дестинация является тому примером. Основные факторы, формирующие данную дестинацию: наличие устойчивого снежного покрова, туристской и горнолыжной инфраструктуры.

Освоение территории шорской горнолыжной дестинации отнесется к 1912 г, на месте будущего пгт Шерегеш было открыто братьями Михаилом и Александром Шерегешевыми месторождение железных руд. К тому моменту здесь не было ни рабочих, ни даже районного центра г. Таштагола. Первая партия руды у подножия г. Мустаг была взята в 1952 г. Стимулирующим фактором в развитии дестинации стало строительство горнолыжного комплекса «Шерегеш» в 1981 г. с целью проведения Спартакиады народов РСФСР. Начиная с года открытия и по 2014 год посещающих горнолыжный комплекс, увеличилось с 30 тысяч до 800 тысяч в год [1].

Сегодня шорская горнолыжная дестинация известна не только по всей Сибири, но и в России и даже зарубежом. СТК «Шерегеш» - 5 просек в лесу на 19 подъемников, 35 км трасс, 5 секторов. Самый первый и «старший» сектор - Сектор А. В его составе 8 подъемников различной конфигурации, скоростей и длин. Левее (по часовой стрелке) находится трасса Томичка, 3 подъемника СкайВэй, . Еще левее - Панорама, включающая 1 гондольный подъемник, еще левее - сектор Е с 2 подъемниками, От сектора А на вершину Мустага идет трасса «Доллар», с подъемником «Хлебница. Наивысшая точка – г.Мустаг (1570 м).- Длина трасс: 700 м, 1500 м, 2000 м, 2200 м, 2500, 3000 м. Ширина трасс: от 50 до 200 метров. Перепад высот: 150, 300-600 метров. Крутизна склонов трасс: в основном 15-20 градусов, в некоторых местах 35-45 градусов [2].

В распоряжении туристов около 50 гостиниц, располагающихся как у подножия г. Зеленая, так и в пгт Шерегеш. Ценовая политика в средствах размещения варьируется от 500 руб с человека в номерах хостельного типа до 6500 тысяч за номер категории стандарт. Особенность средств размещения заключается в том, что гостиницы приблизительно в равной степени делятся на классы: эконом, средний высший. Три гостиницы сертифицированы на уровень 4 звезды: гостиничный комплекс «Ольга», гостиница «Елена», отель «Снежный». Еще одним критерием разделения гостиниц является Ski-pass или скидки на его приобретение. Среди таких гостиниц следует отметить: гостиницу «Елена», «Скайвэй», «Спортотель 1-2-3», «Мустаг». Общая вместимость гостиниц – 2000 тысячи мест. Также у подножия есть две большие парковки вместимостью до 100-150 машин. Развлекательный сектор развит недостаточно. На территории дестинации 4 кафе, 1 ночной клуб, каток, боулинг клуб и лыжные ясли.

За последний сезон 2013-2014 гг. дестинацию посетило более 750 тысяч человек. Основная цель посещения – горнолыжный туризм. Большая часть туристов катается по подготовленным трассам, другая часть предпочитает фрирайд по лесу, и совсем небольшой процент ски-туры с заброской на г. Мустаг на ратраке.

Говоря о жизненном цикле дестинации, можно утверждать, что она находится на этапе становления, показывает высокий уровень спроса, и в связи с ростом туристского потока. Специалисты отмечают, что дестинация испытывает «перенаселение». В сезон насчитывается около 20 «пиковых» дней, когда в СТК Шерегеш посещает около 15 тыс. человек. В связи с тем, что мест «на горе» не превышает 2 тыс., большая часть туристов, в основном, снимает квартиры в поселке Шерегеш. В результате возникают пробки на подъезде к трассам, в которых можно простоять до полутора часов. На территории, прилегающей к склонам, есть возможность разместить 20 тыс. отдыхающих, для этого нужно построить парковки, коттеджи, гостиницы [3].

Основная специализация Шорской дестинации – горнолыжный туризм, на ее территории

в середине ноября уже ложится снег и сходит он только к середине апреля, возможно, в этом году, сезон продлится до конца апреля, что побьет рекорд по продолжительности горнолыжного сезона.

Шорская горнолыжная дестинация также интересна не только своими склонами. Здесь располагаются памятники природы: гора «Мустаг» с останцами под названием «Верблюды», «Спасские дворцы», водопад «Сага», многочисленные пещеры в бассейне реки Мрас-Су. Охраняемые природные территории: Шорский национальный парк, Таштагольский заказник (охрана соболя).

Музеи: Музей этнографии и природы Горной Шории (г.Таштагол), музей под открытым небом «Тазгол» (пос. Усть-Анзас) [4]. Наличие данных объектов может способствовать развитию познавательного туризма как в зимнее, так в летнее время.

Развитие шорской горнолыжной дестинации – один из главных вопросов, которым занимается и администрация области, и частный сектор.

В сентябре 2014 года в кузбасском технопарке прошел круглый стол «Разработка стратегии развития СТК «Шерегеш» на краткосрочную и долгосрочную перспективу». В заседании приняли участие игроки рынка туруслуг, представители областных властей, а также кемеровского ООО «Денеба Групп», которое в начале августа выиграло конкурс администрации региона на разработку проекта развития Шерегеша. Субподрядчиком стала канадская компания Ecosign Mountain Resort Planners Ltd, которая уже в феврале 2015 представила презентацию итогового мастер-плана развития курорта до 2025 года.

В мастер-плане намечено появление нового сектора «Б» и единого логистического узла, который будет включать парковку на 1,5 тыс. мест, автостанцию и подбрасывающую до сектора «А» канатную дорогу. Объем инвестиций в развитие инфраструктуры до 2017 года составит почти 7 млрд. рублей, доля кузбасского бюджета оставит 1,23 млрд. рублей, федерального — 1,29 млрд. рублей, остальные 4,44 млрд. будут привлечены от частных инвесторов. На эти средства планируется создать 31 объект инфраструктуры, а также шесть объектов, обеспечивающих инфраструктуру. Основные объекты, требующие участия государства в ближайшее время, – это расширение взлетно-посадочной полосы Таштагольского аэропорта, система водоснабжения в комплексе, автомобильная дорога Шерегеш–Мундыбаш на участке поселка Каз, а также строительство полигона твердых бытовых отходов и др. [5].

Кроме того, Проект «Туристско-рекреационный кластер «Шерегеш» включен во второй этап федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» на 2015-2018 годы. Уже сегодня в развитие «Шерегешского кластера» вложено 10 млрд рублей частных инвестиций, создано 5,5 тыс. рабочих мест. На Территория «Шерегеша» - региональная зона экономического благоприятствования туристско-рекреационного типа, здесь построена автомобильная дорога «Чугунаш-Шерегеш», введена в эксплуатацию автодорога Горно-Алтайск-Турочак-Таштагол, которая объединила туристские потоки и связала Алтайский край, Республики Хакасию, и Республику Алтай и Кемеровскую область (Шерегеш). Для снятия инфраструктурных ограничений построена воздушная линия электропередачи ВЛ-110 кВ Темиртау-Кондома. Строительство проходило в рамках реализации федерального проекта по развитию моногородов. [6].

Так же стоит отметить, что, по мнению губернатора Кемеровской области А.Г. Тулеева в перспективе СТК «Шерегеш» станет всесезонным курортом мирового уровня. Планируется достичь таких результатов путем создания и продвижения туробъектов и турпродуктов на территории дестинации. На ближайшую перспективу, а именно сезон, задача номер один – привлечь 1 млн туристов.

Список использованных источников и литературы:

1. Шерегешское городское поселение // Администрация п. г.т. Шерегеш [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://admsheregesh.my1.ru/index/istorija/0-22> - Загл. с экрана

2. Шерегеш. Обзор подъемников // Шерегеш – горнолыжный курорт [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.to-sheregesh.ru/skiing\\_lines.html](http://www.to-sheregesh.ru/skiing_lines.html) - Загл. с экрана Шерегеш. Обзор подъемников // Шерегеш – горнолыжный курорт [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.to-sheregesh.ru/skiing\\_lines.html](http://www.to-sheregesh.ru/skiing_lines.html) - Загл. с экрана

3. Лавренко И. Шерегеш страдает от перенаселения // Коммерсант.ru [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2562756> - Загл. с экр

4. Горная Шория // Мир Туриста [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.mirturista-omsk.ru/countrys/gornaya\\_shoriya/mrassu?1](http://www.mirturista-omsk.ru/countrys/gornaya_shoriya/mrassu?1) – Загл. с экрана

5. Инвесторы наострили лыжи в Шерегеш // Деловой квартал Новосибирск [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://nsk.dk.ru/firms/98730702/articles/45035#ixzz3Tu72Ldyw> – Загл. с экрана

6. Проект «Туристско-рекреационный кластер «Шерегеш» включен во второй этап федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» на 2015-2018 годы // Бизнес-портал Кузбасса [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.avant-partner.ru/news/8106.html> - Загл. с экрана

## РОЛЬ ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ РЕГИОНОВ РОССИИ. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ

Яркина М.Ю. – магистрант, Исаев В.В. – к.и.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Каждый из авторов, занимающийся проблематикой этнографического туризма трактует его определение по-своему. Например, в одной из публикаций, посвященных этнографическому туризму в России, приводится следующее определение: этнографический туризм - знакомство путешественников с основами материальной и духовной культуры народа, средой его обитания [2]. Другой источник понимает под этнографический туризмом вид познавательного туризма, основной целью которого является посещение этнографического объекта для познания культуры, архитектуры, быта и традиций народа, этноса, проживающего сейчас и проживающего когда-либо на данной территории. Оба определения отражают сущность этнографического или этнотуризма, т.к. главной чертой, отличающей данный вид туризма от других, является интерес к культуре, традициям и быту другого народа. Этнографически туризм – это также один из видов внутреннего туризма. Внутренний и въездной туризм для многих стран является ощутимой статьёй доходов, в связи с чем, принимаются законы и формируются программы по развитию внутренних и въездных направлений. В России доля туризма, в общем, составляет 6.3 %, учитывая мультипликационный эффект. С целью увеличения доли туризма в экономике страны и увеличения въездных и внутренних потоков правительством РФ 2 августа 2011 было принято постановление N 644, с связи, с которым была принята Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)». Данная программа ставит акцент на развитие таких сфер экономической деятельности, как услуги туристских компаний, коллективные средства размещения, транспорт, связь, торговля, производство сувенирной и иной продукции, питание, сельское хозяйство и др. Туристский потенциал России позволяет развивать практически все виды туризма, в том числе рекреационный (пляжный), культурно-познавательный, деловой, активный, оздоровительный и экологический туризм, а также морские и речные круизы, сельский туризм, этнографический туризм и др. [1].

Кроме того, этнический туризм в России постепенно набирает обороты, интерес к нему растет, это доказывает опрос проведенный Ростуризмом еще в 2011 году. Социологическое исследование показало, что в этнографические туры хотело бы отправиться около 80% респондентов. При этом 91% респондентов считают, что информационных (в первую очередь этнографических путеводителей) и рекламных материалов о них явно недостаточно [4].

Таким образом, Россия, обладая большим этнографическим потенциалом – на 2012 год в стране, согласно переписи население, насчитывалось около 160 народов и этносов - может развивать этнографический туризм достаточно продуктивно.

Одними из первых территорий, где стал развиваться этнографический туризм стали Ямало-Ненецкий и Ханты-Мансийский округа Тюменской области, Краснодарский и Ставропольский края». Тем не менее, в большей части российских регионов развитие данного вида туризма только, хотя они обладают не меньшим туристским и этнографическим потенциалом [5]. Этнографический музей-заповедник «Торум Маа» в Ханты-Мансийске был основан 30 октября 1987 года и сегодня пользуется огромной популярностью, как у местных жителей, так и у гостей округа. Существуют и другие примеры создания популярных у туристов этнографических комплексов и маршрутов. Национальная деревня русского Севера «Пожарище» (ударение на третий слог) в Нюксенском районе Вологодской области, которую за 3 года посетило более 20 тысяч человек, признана лучшим областным туристическим проектом 2009 года. Весьма популярен маршрут в деревню Мартыново Мышкинского района Ярославской области - «столицу» колоритного субэтноса русского народа – кацкарей [2]

Если для России этнографический туризм относительно новое направление, то для европейских стран – это направление, которое развивается уже достаточно давно и занимает свою долю туризма. Развитие этнотуризма в Европе началось с открытия музеев под открытым небом. Первые музеи под открытым небом появились в странах Северной Европы в начале XX вв. Среди них можно назвать Норвегию, Швецию и Данию. Например, к 1918 году в Норвегии уже существовало около 50 музеев, в Швеции не менее 30. Главная задача, которую ставили перед собой создатели музеев – формирование коллекций наиболее древних построек страны. Многие норвежские музеи под открытым небом созданы на основе памятников, сохраняемых на своем месте – «in situ». Изначально несколько таких объектов сохранялись как мемориальные памятники, связанные с жизнью и деятельностью выдающихся людей Норвегии, они то и послужили основой последующего развития скансена.

В другой северной стране – Дании, из четырех музеев под открытым небом, возникших до 1918г., наиболее интересны с точки зрения динамики развития музейного дела музеи в районе Линггя под Копенгагеном и в Орхусе. В первый из них, созданный в 1897 г. около замка Розенберг, были перевезены и поставлены в парке два сельских дома (позже объекты переместили отсюда на другое постоянное место). И если в этом музее сохранялись сельские сооружения, то создание музея «Старый город» в Орхусе было ориентировано на представление и сохранение городской культуры и быта Дании. Официально этот музей открылся в 1914 году [3].

Таким образом, успешный опыт развития этнографического туризма зарубежом, и в регионах России, доказывает перспективность и наличие потенциала для создания этномаршрутов, этнокомплексов, музеев под открытым небом по всей России. Популяризация этнографического туризма будет способствовать не только увеличению туристских потоков, но и будет способствовать сохранению культурных традиций народонаселения страны.

Список использованных источников и литературы:

1. Постановление Правительства РФ от 2 августа 2011 г. N 644 «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)» (с изменениями и дополнениями)
2. Осипов Г. Россия хочет развивать этнический туризм [Текст]// Турбизнес. – М.,2011, №8, с. 10-11.
3. Севан, О.Г. Музеи под открытым небом Европы // Обсерватория культуры, - М., 2006, № 3, с.60-69
4. Тимофеев Ю. Российские регионы только начинают развивать этнографический туризм // RATAnews.Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии – 2011,№

2781 [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://ratanews.ru/news/news\\_6052011\\_1.stm](http://ratanews.ru/news/news_6052011_1.stm) - Загл. с экрана

5. Таусумова Л.И., Развитие этнографического туризма на территории России как уникальный способ привлечения туристов и популяризации малых коренных народов // Научфорум [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.nauchforum.ru/node/2072> - Загл. с экрана

## КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Ярушкина Е.А. – студент, Исаев В.В. – к.и.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Новосибирская область располагает богатым историко-культурным наследием, которое может стать одной из составляющих привлекательного имиджа региона в глазах туристов.

В Новосибирской области велись и вводятся археологические раскопки, результаты которых становятся экспонатами музейного фонда региона.

В области находятся несколько комплексов археологических памятников, каждый из которых объединяет различные археологические артефакты:

1. Памятник археологии «Чёртово городище». Часть комплекса относится к VII–VIII векам до н. э., а основная масса материалов (в основном керамика) принадлежит чатским татарам и датируется XVI–XVII веками.

2. Комплекс археологических памятников близ села Быстровки, в состав которого входят:

- городище эпохи бронзы, расположенное на западной окраине села Быстровки на правом берегу устья р. Атаманиха. На территории городища собран богатый материал: керамика эпохи бронзы еловского и ирменского типов, бронзовые ножи, украшения, изделия из камня и кости;

- погребение железного века, датируется III–II вв. до н.э. Данное погребение интересно прежде всего тем, что в нем были захоронены люди, имеющие отношение к духовному культу (женщины-жрицы).

3. Комплекс археологических памятников близ села Завьялова, в состав которого входят:

- городище эпохи неолита, расположенное на берегу Новосибирского водохранилища. Данное городище является единственным памятником переходного периода от бронзового к железному веку (VII–VI вв. до н.э.);

- городище эпохи бронзы.

4. Комплекс археологических памятников в поселке Ордынском, в состав которого входят:

- погребения неолита;

- поселение железного века.

5. Погребение эпохи бронзы близ села Вахрушево, памятники археологии относятся к андроновской культуре.

6. Скелет мамонта (село Вахрушево).

7. Погребение железного века у деревни Черный Мыс на реке Уень, в состав которого входят:

- кулайская культура (III–II века до н. э. — IV–V веках);

- культовые фигурки;

- «Гробницы Тутанхамона».

8. Стоянка палеолита «Волчья грива», находится в 62 км к югу от Каргата, в верховьях реки Баган. Представляет собой стоянку людей древнекаменного века, которые использовали в хозяйстве вместо камня кости.

9. Сопка-2 — уникальный комплекс археологических памятников, расположенный в 7 км к югу от Венгерова, неподалеку от слияния рек Оми и Тартаса. Сопка-2 — комплекс

разновременных (от IV–III тысячелетия до н.э. до позднего средневековья), разнокультурных и разнотипных памятников, состоящий из 100 курганов, включающий более 700 захоронений различных эпох, несколько поселенческих и 2 культурных комплекса.

10. Умревинский острог, данное поселение стало первым административным пунктом Российского государства на территории современной Новосибирской области.

11. Древнейший сибирский город, найденный на территории Новосибирской области – Чичабург. Возраст поселения сенсационно велик – оно относится к VIII-VII вв. до н.э. По данным геофизических съёмок территория крупного городского поселения площадью более 240 тыс. квадратных метров окружена мощными оборонительными укреплениями – валами и рвами - и разделена на отдельные секторы, внутри которых находятся разнообразные дома и постройки. Каждый сектор, как и весь город, имеет чёткую плановую застройку. Судя по проведённым раскопкам и найденным фрагментам домашней утвари, в каждом секторе жили люди почти европейской внешности, но различной культуры – не исключено, что Чичабург был местом пересечения путей различных народов, центром Древней Сибири.

12. Чаусский острог, построенный в 1713 году, ставший основанием современного Колыванского района Новосибирской области (в Колывани также много памятников деревянного и каменного зодчества XIX-XX веков).

Помимо археологических памятников культурно-познавательный туризм Новосибирской области представлен разнообразием исторических мест, которые могут посетить туристы.

Уникален архитектурный ансамбль центра Новосибирска, где сохранилось большое количество зданий, построенных в стиле конструктивизма. Они хранят следы романтизма и экспрессии первых пятилеток, оставаясь в то же время памятниками «большого стиля».

Одной из достопримечательностей города является Зоопарк - крупнейший в стране. В настоящее время в Зоопарке содержится около 10 000 особей 702 видов животных. Более 300 видов занесены в Международную Красную Книгу, Красную Книгу России и Новосибирской области. На 56 видов ведутся международные племенные книги. Коллектив зоопарка участвует в 53 международных программах по сохранению редких и исчезающих видов животных. Зоопарк является членом 3-х международных союзов: EAZA (Европейская Ассоциация Зоопарков и Аквариумов), EAPAZA (Европейско-Азиатская Региональная Ассоциация Зоопарков и Аквариумов), WAZA (Международная Ассоциация Зоопарков и аквариумов). Участвует в международной компьютерной программе ISIS.

К историко-культурным объектам Новосибирской области относятся десятки музеев: краеведческих, мемориальных, научных, археологических и других. Помимо этого область обладает большим количеством зданий архитектуры, домов исторических, литературных, научных деятелей.

Также в Новосибирской области присутствуют уникальные для всей территории России культурные объекты, например, Музей «Солнца» или Центральный Сибирский ботанический сад СО РАН.

Новосибирская область обладает рядом ключевых преимуществ, которые являются основными у лидеров туристского рынка:

- природным потенциалом, позволяющим заняться рыбалкой и охотой, сопоставимый с республикой Карелия;
- лечебными ресурсами - бромные, йодо-бромные и радоновые воды, сопоставимыми с Кавказскими Минеральными водами;
- ресурсами для активного отдыха, экскурсионного и оздоровительного туризма, как Алтайский край;
- памятниками природы и археологии, Европейская часть России.

Также Новосибирская область занимает 20 место в рейтинге Российского Государственного Торгово-Экономического Университета по показателям объема платных услуг в сфере гостеприимства (включает: туристских, услуг гостиниц и аналогичных средств размещения, санаторно-оздоровительных услуг) и 33 место среди 83 регионов России по анализу туристского потенциала, по мнению рейтингового «Эксперт РА».

Таким образом, по оценкам экспертов, с учетом анализа туристской инфраструктуры, объема оказанных услуг, представленности туристского продукта и др. параметров, туристский потенциал Новосибирска и Новосибирской области в целом, среди регионов России превышает среднероссийские показатели.

Анализ использования ресурсов Новосибирска позволяет говорить о необходимости формирования имиджа города как туристского центра. Результаты проведенного исследования позволяют сделать вывод о том, что в настоящее время, формирование туристского имиджа города целесообразно проводить по трем основным направлениям – Новосибирск как центр культурного, научного и делового туризма.

Список использованных источников и литературы:

1. Долгосрочная целевая программа «Развития туризма в Новосибирской области на 2012-2016 гг.» // [www.rg.ru/2011/11/17/novosib-prog-turizm-reg-dok.html](http://www.rg.ru/2011/11/17/novosib-prog-turizm-reg-dok.html).
2. Бовтун И.В. Туристские центры Сибири. // Экономика. Сервис. Туризм. Культура (ЭСТК-2005). - Барнаул, 2005. - С. 87-91.
3. Захаров Л.А. Туристские ресурсы Новосибирской области // ИНТЕРЭКСПО ГЕО-СИБИРЬ, т.6/2006.