

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РФ

Альховик Я. - студент, Биттер Н. В. - к.п.н., доцент

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

Государственное регулирование развития въездного туризма – это воздействие государства на деятельность хозяйствующих субъектов и рыночную конъюнктуру для обеспечения нормальных условий функционирования рыночного механизма, реализации государственных социально-экономических приоритетов и выработки единой концепции развития въездного туризма.

На наш взгляд основными задачами государственного регулирования являются:

- ✓ принятие решений по разработке организационно-экономической и социальной политики в области развития туризма, а также подготовка и принятие плана такого развития;
- ✓ создание условий для решения проблем социального, адресного туризма;
- ✓ разработка программ развития государственного и частного секторов, с учетом перечисленных только что направлений;
- ✓ обеспечение эффективного инвестирования государственного и частного секторов;
- ✓ обеспечение постоянного контроля за ходом и направлением развития туризма, учитывая его перспективность, как в экономике, так и в социальной жизни общества.

Государство регулирует туристский сектор непосредственно через Министерство по туризму или национальные туристские организации (НТО), а также косвенно с помощью правовых рычагов, поддержки своей инфраструктуры и международной политики [3, с. 96] .

В настоящее время в РФ большое внимание уделяется государственной политике в сфере въездного туризма. В Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года туризм рассматривается как существенная составляющая инновационного развития нашей страны в долгосрочной перспективе, экономически выгодная и экологически безопасная отрасль национальной экономики.

Основные цели, задачи, принципы и направления государственной политики России в сфере туризма определены в Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года, в Основных направлениях деятельности Правительства РФ на период до 2012 года [2].

В 2008 году была утверждена Стратегия развития туризма в РФ на период до 2015 года и план мероприятий по ее реализации. Положения стратегии являются основой для общегосударственного понимания места и роли туризма в экономике страны. Они направлены на реализацию фундаментальных задач развития отрасли, являясь для органов исполнительной власти всех уровней ориентиром в выработке ключевых направлений государственной поддержки туристской индустрии [3].

Постоянно меняющаяся обстановка в сфере въездного туризма требует корректировки существующего законодательства и нормативно-правовой базы в области туризма. В последние годы в стране формируется новая государственная политика в области туризма. Туризм находится в сфере пристального внимания всех органов власти нашей страны.

В управлении отраслью произошли очень серьезные перемены. Впервые за всю историю в стране появилось министерство, на которое возложено проведение государственной политики в сфере туризма. Структурируется в субъектах Федерации система исполнительной власти. В муниципалитетах туризм становится важной темой, повесткой дня. В результате активной правотворческой деятельности Федерального Собрания Российской Федерации, федерального органа исполнительной власти в сфере туризма, Правительства Российской Федерации были приняты нормативные правовые акты, сформировавшие правовые основы для создания и развития современного цивилизованного туристского рынка в нашей стране.

В настоящий момент российское законодательство о туристской деятельности в значительной мере соответствует нормам и принципам международного права, гармонизировано с правом Европейского Союза и законодательством развитых в туристском отношении госу-

дарств. В последние несколько лет в сфере государственного регулирования туризма в России действительно произошли серьезные изменения. Эти изменения затронули не только законодательство о туристской деятельности, но и всю правовую сферу.

Список литературы:

1. О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. [Текст] Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 08.08.2009)
2. Приказ Ростуризма «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года» [Текст] от 06.05.2008 N 51
3. Харрис Г., Стимулирование международного туризма в XXI веке. / Г. Харрис Г., К. М. Кац [Текст] – М.: Финансы и статистика, 2009. – 196 с.

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

Андреева А.Н. – студент, Исаев В.В. – к.и.н., доцент

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

Актуальность выбранной темы обусловлена как минимум тремя обстоятельствами: во-первых, тем, что Алтайский край на сегодня - один из крупнейших регионов, способный производить экологически чистые товары. Сохранились горные ландшафты, плодотворные почвы, травы и другие ресурсы, позволяющие повысить урожайность, а соответственно и доходы. Занимая всего 1% площади России, регион обладает более 5% всех сельскохозяйственных угодий. Это один из основных продовольственных регионов России. Большое количество чистой и целебной воды наряду с сохранившейся благоприятной окружающей средой позволяют развивать туризм. Такие природные условия к тому же могут улучшать здоровье, повышая иммунитет, часто ослабленный в городской среде. Уже сегодня владельцы алтайских туристических компаний отмечают большой поток туристов со всей России и разных стран в регион. При наличии необходимых механизмов сохранения нетронутой части природы региона и его культурно-археологических ценностей, можно обойти общемировые кризисы и повысить привлекательность региона. В то же время ведущими отраслями промышленного производства в Алтайском крае являются машиностроение и металлообработка, пищевая и мукомольно-крупяная промышленность. Стабильное положение достаточно крупных отраслей в крае сохраняют химия и нефтехимия, а также черная металлургия. Высокое развитие отраслей промышленности данного типа неизменно сказывается на экологической обстановке Алтайского края. Так, город Барнаул, столица Алтайского края, занимает четвертое место в Западной Сибири по уровню загрязненности. Данная проблема в настоящее время стоит довольно остро. В представленной работе будет рассмотрена сложившаяся экологическая ситуация в Алтайском крае.

Во-вторых: в процессе туристической деятельности неизбежно происходит изменение окружающей среды. Воздействие туризма на окружающую среду может быть прямым, косвенным и побудительным, а также положительным и отрицательным. Отрицательное воздействие туризма проявляется в загрязнении используемых территорий, активизации некоторых неблагоприятных природных процессов, учащении пожаров в залесенных районах, уплотнении почв и вытаптывании растительности, уничтожении отдельных видов животных или нарушении экологических условий их существования. Что негативно сказывается как на всей экосистеме, усугубляя глобальные проблемы, так и на жителях региона в частности – качестве жизни, здоровье людей.

В-третьих, для грамотного урегулирования требуются теоретические разработки, доведенные до уровня технологий, которые можно применять непосредственно в практике туристской деятельности. Формирование представлений у населения о нанесении непосредственного ущерба природе каждым туристом, должно основываться на теоретических разра-

ботках, не «оторванных» от реальных процессов. Практика показывает, что игнорирование таких сложных процессов, при росте их количества, разрушительных последствий и отсутствия профессиональных знаний (методов, технологий и наглядных карт), способствует разрастанию и развитию экологическо-географических процессов, сложно поддающихся управлению или ограничению, без жестких методов, которые можно выразить в соответствующих нормативных актах и юридических документах.

Алтайский край в целом характеризуется благоприятной экологической ситуацией. Однако региональная обстановка не исключает проявления локальных экологических проблем, среди которых наиболее значимы загрязнение воздуха, воды и почвы, накопление промышленных и бытовых отходов. Основными источниками загрязнения окружающей природной среды являются предприятия по выработке тепла и электроэнергии (58,8 %), по производству и переработке сельскохозяйственного сырья (9,1 %), химии и нефтехимии (6,9 %), автомобильный транспорт (2,5 %) [3].

Ежегодно в атмосферу края выбрасывается 200-250 тыс.т загрязняющих веществ, отходящих от стационарных источников, из них 75-80 % – на территории городов. На долю одного только г. Барнаула приходится более 20 % валовых выбросов в крае. За последние пять лет отмечается тенденция сокращения выбросов загрязняющих веществ практически во всех городах края, исключение – гг. Рубцовск и Яровое. Важное значение имеет территориальная организация хозяйства, имеющая непосредственное отношение к уровню загрязнения крупных городов, в частности, таких как Барнаул и Бийск, и их муниципальных районов. Например, избыточное поступление загрязняющих веществ, отходящих от рядом расположенных стационарных источников (промпредприятий), в экосистему города создает, так называемый, эффект суммации загрязнений, под которым мы в след за С.Н. Черкинским понимаем усиление вредного действия этих веществ в случае их совместного присутствия в одной из природных сред (водной или воздушной). Анализ производственной структуры городов Алтайского края на предмет суммации загрязнений по методике И.Н. Волковой показывает, что только в восьми из 12 городов складываются благоприятные условия для проявления такого эффекта [1].

В настоящее время разрабатывается экспертная система, обеспечивающая эколого-экономический мониторинг территории края и формирование списка управленческих решений для регулирования сложившейся экологической ситуации. Но, тем не менее, ещё отсутствуют необходимые наглядные данные, карты которые отразили бы эти проблемы и помогли разобраться большому количеству населения в этом, а не только узким специалистам. Это имеет острую необходимость в связи с тем, что решение и борьбу с пагубным отношением и нерациональным использованием природных ресурсов необходимо производить всеми силами с инициативой каждого гражданина к очищению и оздоровлению района, в котором он живёт.

Региональный мониторинг предполагает постоянное ведение шести баз данных, содержащих численные показатели загрязнения атмосферы, литосферы, гидросферы, демографического состояния, флоры и фауны. Ключевую роль должна играть база данных по методам и технологиям, позволяющим уменьшить воздействие производственных объектов на биосферу. Вычислительный комплекс, входящий в состав системы, позволит подобрать оптимальную технологию и/или сочетание технологий для обеспечения максимальной величины предотвращенного ущерба. Использование картографического метода даст возможность наглядно представить пространственное распределение объектов мониторинга на территории края. Одна из главных задач мониторинга — прогноз состояния биосферы после каких-либо техногенных или природных процессов. Например, разрабатываемая система позволит ответить на вопрос, как отразится открытие горнодобывающих предприятий на состоянии атмосферы региона и здоровье людей. После проведения расчетов будет выбрана оптимальная технология, которая с учетом конкретных географических и экономических условий даст максимальный природоохранный эффект.

Разрабатываемая система поддержки принятия решений будет содержать сведения:

- о расположении источников загрязнения;
- видах и количестве загрязняющих веществ, их влиянии на здоровье населения;
- возможном влиянии на состояние окружающей среды новых предприятий и существующих производств в случае изменения регламента их работы;
- зависимости между заболеванием населения и функционированием предприятий;
- путях снижения негативного влияния предприятий на состояние окружающей среды и здоровье населения.

Создание такой экспертной системы — достаточно сложная задача. На сегодняшний день разработана лишь часть системы, позволяющая вести мониторинг загрязнения воздушного бассейна городов Барнаула, Бийска и Новоалтайска, а также загрязнения литосферы отходами производства и потребления отдельных районов и крупных городов Алтайского края [2].

Теоретическая значимость и практическая ценность полученных результатов заключаются в том, что проводится анализ выделенного явления, и формируются ключевые подходы по решению обнаружившихся в ходе раскрытия темы проблем на стыке экологии и туризма, как двух тесно взаимосвязанных явлений. Кроме того, будет разработан оригинальный продукт, который может быть использован на практике, как менеджерами туризма, так и организациями занимающимися развитием края, а так же контролем природных ресурсов Алтая, создающими нормативно-правовую базу региона.

Список литературы:

1. Волкова, И. Н., Экоцикл: глобальное и локальное в устойчивом равновесии природы / И.Н. Волкова, Г.Л. Приваловская // - 2006. - № 5 (54). С. 3-8.
2. Рыбкина, И. Д. Основы общей экологии и природопользования / И.Д. Рыбкина // Мир науки, культуры, образования. - Барнаул, 2009. - № 2 (14) - С. 26-28.
3. Сведения о состоянии окружающей среды Алтайского края / Режим доступа: http://ecology.gpntb.ru/ecolibworld/project/regions_russia/Siberia/altayi. - Загл. с экрана.

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ В СФЕРЕ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА АЛТАЙСКОГО РЕГИОНА

Андриенко Е.В. - студент, Биттер Н.В. - к.п.н., доцент

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

Алтайский край как регион, способен стать туристско-рекреационным центром международного уровня и также обладающий потенциалом развития многих других сфер социально-экономической жизни. На данный момент образ Алтайского края проработан довольно слабо, а усилия региональных властей по его продвижению весьма незначительны. Отсюда и низкая узнаваемость региона, и затруднения в реализации его возможностей. В своей работе я постаралась выделить те стороны жизни Алтайского края и те его преимущества, на которые стоит обратить внимание при формировании его концепции территориального маркетинга и создании целостного образа.

Под маркетингом регионов и туристских центров понимается, прежде всего, тот факт, что цель общей маркетинговой стратегии – привлечение туристов в данный регион или туристский центр [1].

Основная цель управления маркетингом туристско-рекреационного комплекса Алтайского региона – формирование конкурентоспособной туристско-рекреационной отрасли в качестве одной из ведущих отраслей территориальной специализации региона [3, с. 46].

Управление маркетингом региона базируется на грамотной политике правовой организации развития туризма. Для успешной реализации стратегии управления маркетингом в Алтайском регионе принят ряд законодательных актов. Одним из них является Стратегия социально-экономического развития Алтайского края на период до 2025 года [6]. Отметим, что в данном законодательном акте выделены предпосылки и потенциал развития индустрии туризма в Алтайском крае. В целях формирования современной туристской индустрии, обес-

печивающей возможность удовлетворения потребности российских и иностранных граждан в туризме, увеличения вклада сферы туризма в социально-экономическое развитие региона и повышение доходной базы краевого и местных бюджетов в соответствии с Бюджетным кодексом Российской Федерации и постановлением Администрации края от 29.09.2006 N 404 «Об утверждении порядка разработки и реализации краевых целевых программ» утверждена краевая целевая программа «Развитие туризма в Алтайском крае» на 2011 - 2016 годы [4].

Для оценки эффективности управления маркетингом в сфере туризма нами был проведен опрос клиентов турфирм г. Барнаула (ООО туристская фирмы «Охота», туристское агентство ООО «ТОМАС В») в количестве 100 человек активного населения региона, среднего достатка и возраста от 25-45. В результате данного опроса были получены следующие выводы по проблемным зонам маркетинговой политики турфирмы:

- отмечены факты неклиентурного поведения со стороны менеджеров турфирм города и края;
- часть респондентов отмечают несоответствие условий реального отдыха и предлагаемых на этапе продажи в турфирме;
- наблюдается потенциальный страх клиентов в наступлении случаев невыполнения страховых обязательств.

При этом клиентами достаточно хорошо выделяется образ региона, его культурные и природные элементы имиджа.

Для повышения социально-экономической эффективности туристской деятельности в Алтайском регионе предлагается создание туристского информационно-координационного центра (ТИКЦ). Данный центр может быть создан на базе турагентств. Вместе с тем он организует свою деятельность на принципах координации и интеграции со всеми заинтересованными участниками туристской деятельности для сбора, анализа и распространения информации о достопримечательностях малых и средних городов на региональном и федеральном уровне, о значительных событиях (фестивалях, спортивных соревнованиях, религиозных мероприятиях) и т.д.

В работе Центра активная роль отводится туристским организациям как основным участникам туристской деятельности, непосредственно контактирующим с туристами и хорошо информированным об их потребностях.

Работа центра контролируется со стороны администрации региона. Кроме того, осуществляется поддержка Центра со стороны бизнеса, СМИ, вузов, религиозных организаций и малого бизнеса. Маркетинговые исследования и государственная политика на уровне региона показывают заинтересованность малого бизнеса в развитии туризма на уровне региона Алтай при благоприятных условиях и льготах.

Применение данных рекомендаций поможет повысить узнаваемость Алтайского края в других регионах России и на международном уровне за счет повышения открытости региональных властей и распространения информации о жизни края по различным информационным каналам. Кроме того, необходимо создать четко очерченный, специфический образ края, отличающий его от соседних и других конкурирующих с ним субъектов и подчеркивающий его основные конкурентные преимущества.

Список литературы:

1. Арженовский, И. В. Маркетинг регионов. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.marketing.spb.ru/read/article/a56.htm?printversion>. – Загл. с экрана.
2. Демченко, Е. В. Маркетинг туристических услуг / Е. В. Демченко. [Текст] – Минск: Уруна, 2007. – 187 с.
3. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: учеб. пособие / А.П. Дурович. [Текст] – 5-е изд., стереотип. – Мн.: Новое знание, 2005. – 496 с.
4. Краевая целевая программа «Развитие туризма в Алтайском крае» на 2011 - 2016 годы от 23 декабря 2010 г. N 583[Текст].

5. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.iworld.ru/attachment.php?> – Загл. с экрана.
6. Стратегия социально-экономического развития Алтайского края на период до 2025 года от 28 декабря 2007 г. N 622 [Текст].

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В СЛАВГОРОДСКОМ РАЙОНЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

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

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

Вопрос развития лечебно-оздоровительного туризма в настоящее время является весьма актуальным для Сибирского региона. Места с нетронутой природой и богатейшими рекреационными ресурсами, несомненно, являются самыми благоприятными для освоения данного вида туризма и активного его продвижения [2].

Лечебно-оздоровительный туризм является одним из важнейших видов туризма, поскольку именно он обеспечивает здоровье и благосостояние людей. Лечебно-оздоровительный туризм включает не только непосредственное лечение человеческих болезней, но и профилактику их возникновения, а также поддержание здорового образа жизни в целом. Помимо социальной функции лечебно-оздоровительный туризм также выполняет и экономическую функцию: обеспечивает приток денежных средств, поднимает статус района, снижает уровень безработицы. Поэтому развитие лечебно-оздоровительного туризма представляет собой одно из наиболее перспективных направлений в Алтайском крае.

За последние десять лет произошли положительные изменения в развитии санаторно-курортного дела в Алтайском крае. Так Алтайский край одним из первых принял закон «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах Алтайского края». Также были подготовлены методические рекомендации по отбору и оформлению на санаторно-курортное лечение лиц, имеющих социальные льготы, разработаны стандарты по санаторно-курортному лечению. В настоящее время проводится подготовка и усовершенствование квалификации врачей и среднего медицинского персонала. Кроме того, увеличивается число санаториев, лечебно-оздоровительных комплексов и курортных зон, функционирующих на территории Алтайского края.

В свою очередь благоприятные природные факторы, неограниченные запасы бальнеологических ресурсов, уникальные климатические условия, обилие солнечной радиации, повышенная прозрачность воздуха и высокая степень его ионизации позволяют считать Славгородский район Алтайского края одним из наиболее перспективных районов для развития лечебно-оздоровительного туризма в целях оказания реабилитационной помощи населению всего Сибирского округа [1].

Известно, что наиболее популярными в Алтайском крае являются курорты города Белокуриха, поскольку в данную лечебно-оздоровительную местность постоянно вкладываются значительные денежные средства. Несмотря на то, что Славгородский район Алтайского края обладает уникальными целебными водными и грязевыми источниками, привлекающими большое количество посетителей каждый год, инфраструктура санаторно-курортных учреждений района по-прежнему остается слабо развитой [3]. Внешний вид зданий, внутреннее оснащение, мебель, профессиональное оборудование, процедурные комнаты – все эти элементы остались с эпохи советских времен. Такое положение славгородских курортов вызывает торможение в развитии, не позволяет привлекать новых посетителей с более высоким достатком, высококвалифицированных специалистов, а также инвесторов, как российских, так и иностранных. Также считается, что одной из главных проблем, препятствующих более глубокой освоенности и развитию туристской сферы, является отсутствие у города Яровое, в котором находится основная часть санаторно-курортных учреждений Славгородского района, статуса «Лечебно-оздоровительная местность» [4].

Для поддержания и продуктивного развития функционирования санаторно-курортных учреждений Славгородского района необходимо:

1. Решить проблему слаборазвитой инфраструктуры района в том числе, дорожное оснащение, состояние зданий, сооружений, а также их внутреннее оснащение;
2. Продвигать лечебно-оздоровительные услуги курортов посредством рекламы, СМИ, сотрудничества с региональными турфирмами, участия в отраслевых ярмарках и выставках;
3. Привлекать российских и иностранных инвесторов предоставлением перспективных направлений вложения средств и организацией качественных презентаций;
4. Использовать опыт деятельности зарубежных и российских курортов, а также курортов города Белокуриха;
5. Участвовать в государственных федеральных и региональных программах по развитию туризма и санаторно-курортного дела;
6. Обеспечить санаторно-курортные учреждения высококвалифицированными специалистами и современным оборудованием для максимально эффективного и комфортного лечения посетителей.

Решение всех вышеперечисленных задач должно способствовать скорейшему развитию санаторно-курортной сферы Славгородского района.

Новизну данного исследования определяет высокая значимость и недостаточная практическая разработанность проблемы развития лечебно-оздоровительного туризма в Славгородском районе Алтайского края.

Изученность данной темы также остается на начальном этапе. Вопросам изучения перспектив развития лечебно-оздоровительного туризма в Славгородском районе посвящено небольшое количество работ. Значительный вклад в изучение данной темы внесли Кротова Т.П., Александров В.В., Захарова Е.В., Дробышева Л.И. своими выступлениями на научно-практических конференциях. В своих работах они изучают развитие лечебно-оздоровительного туризма в Алтайском крае в целом. В свою очередь, работ, посвященных изучению лечебно-оздоровительного туризма конкретно в Славгородском районе, практически нет.

Результаты исследования данной проблемы необходимы федеральным и региональным органам власти в сфере здравоохранения, инвесторам, туроператорам и турагентам для того, чтобы:

- 1) разрабатывать специальные программы, направленные на развитие лечебно-оздоровительного туризма в слаборазвитых отдаленных, но перспективных районах;
- 2) изучить возможности для выгодного вложения средств и получения прибыли в будущем;
- 3) сотрудничать с санаторно-курортными учреждениями Славгородского района для увеличения потока туристов.

Список литературы:

1. Захарова, Е.В. Состояние, перспективы и проблемы развития санаторно-курортного туризма в Алтайском крае / Е.В. Захарова // Проблемы развития туризма в Алтайском крае: материалы науч.-практ. конф. – Барнаул, 2007. – С. 112-118.
2. Кротова, Т.П. Развитие лечебно-оздоровительного туризма на территории Алтайского края / Т.П. Кротова // Проблемы и перспективы развития туризма на Алтае: сб. статей. – Барнаул, 2010. – С. 86-90.
3. Кротова, Т.П. Санаторно-курортные возможности озера Большое Яровое / Т.П. Кротова // Туристско-рекреационные ресурсы Алтайского региона: проблемы и перспективы использования: материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Барнаул, 2007. – С. 44-46.
4. Каниболоцкая, О.О. Развитие туристско-рекреационных ресурсов города Яровое / О.О. Каниболоцкая // Проблемы развития туризма в Алтайском крае: материалы науч.-практ. конф. – Барнаул, 2007. – С. 124-127.

СИСТЕМА ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Баранникова В. – студент, Евстигнеева О.В. – доцент

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

Формирование рыночной экономики в России усилило интерес к туристской деятельности. Перспективы развития туристского комплекса во многом зависят от усиления государственного регулирования туристской сферы на общенациональном уровне, которое должно сочетаться с современной стратегией продвижения региональных турпродуктов.

Государственное регулирование развития туризма - это воздействие государства на деятельность хозяйствующих субъектов и рыночную конъюнктуру для обеспечения нормальных условий функционирования рыночного механизма, реализации государственных социально-экономических приоритетов и выработки единой концепции развития туристской сферы.

Приоритетными направлениями государственного регулирования туристской деятельности являются поддержка и развитие внутреннего, въездного, социального и самостоятельного туризма [1].

Государственное регулирование осуществляется способами, определенными Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», каждый из которых имеет законодательное закрепление в нормативно-правовом акте, которые можно представить в следующей классификации:

1. Федеральные законы Российской Федерации (ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (от 24.11.1996 г. в редакции от 1.06.2007 г.), ФЗ «О техническом регулировании» (от 27.12.2002 г.), ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» (от 22.07.2005 г.) и др.)

2. Указы и распоряжения Президента Российской Федерации («О реорганизации и развитии туризма в Российской Федерации» (от 22.12.1995 г.), «Об обязательном личном страховании пассажиров» (от 7.07.1992 г.) и др.)

3. Распоряжения и постановления Правительства Российской Федерации (Постановление Правительства РФ «Об утверждении Положения о предоставлении помощи в возвращении в Российскую Федерацию гражданам Российской Федерации, оказавшимся на территории иностранного государства без средств к существованию» (от 31.05.2010 г.), Постановление Правительства «Об утверждении правил оказания услуг по реализации туристского продукта» (от 18.07.2007 г.)) и др.)

4. Законы Российской Федерации («Об организации страхового дела в Российской Федерации» (от 27 ноября 1992 г.)).

5. Нормативно-правовые акты субъектов Российской Федерации (Постановление Администрации Алтайского края об утверждении долгосрочной целевой программы «Развитие туризма в Алтайском крае» на 2010 — 2016 годы (от 23.12.2010 г.)).

6. ГОСТы, правила и др. (ГОСТ Р 51185-2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования», ГОСТ Р 53997-2010 «Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования» и др.).

Практическое воздействие государства на сферу туризма осуществляется через механизм государственного регулирования (рис.1), основными элементами которого являются субъекты и объекты регулирования [2].

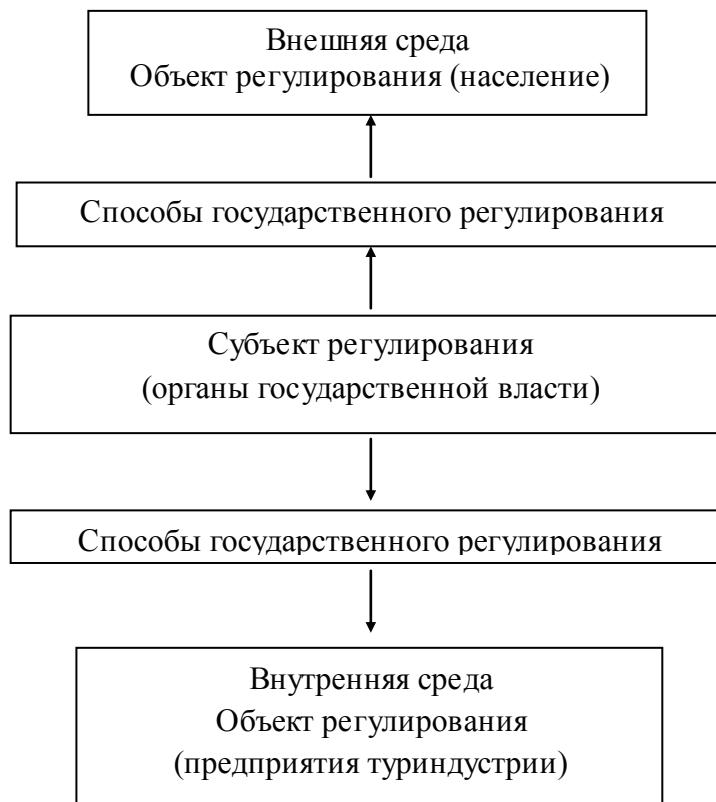


Рис.1. Механизм государственного регулирования сферы туризма.

Органы государственной власти благодаря способам государственного регулирования влияют как на внешнюю среду, т.е. на потенциальных потребителей туристских услуг, по средствам информационного обеспечения, защиты прав и интересов туристов, обеспечения их безопасности, так и на внутреннюю среду, т.е. на предприятия туристической индустрии, по средствам стандартизации и классификации объектов туристской индустрии, оказания государственных услуг в данной сфере, содействия кадровому обеспечению, содействия в продвижении туристского продукта на внутреннем и мировом туристских рынках, нормативного правового регулирования сферы туризма.

Туризм имеет сложную организационную структуру (рис.2), под структурой управления туризмом понимается упорядоченная совокупность взаимосвязанных элементов, находящихся между собой в устойчивых отношениях, обеспечивающих их функционирование как единого целого.

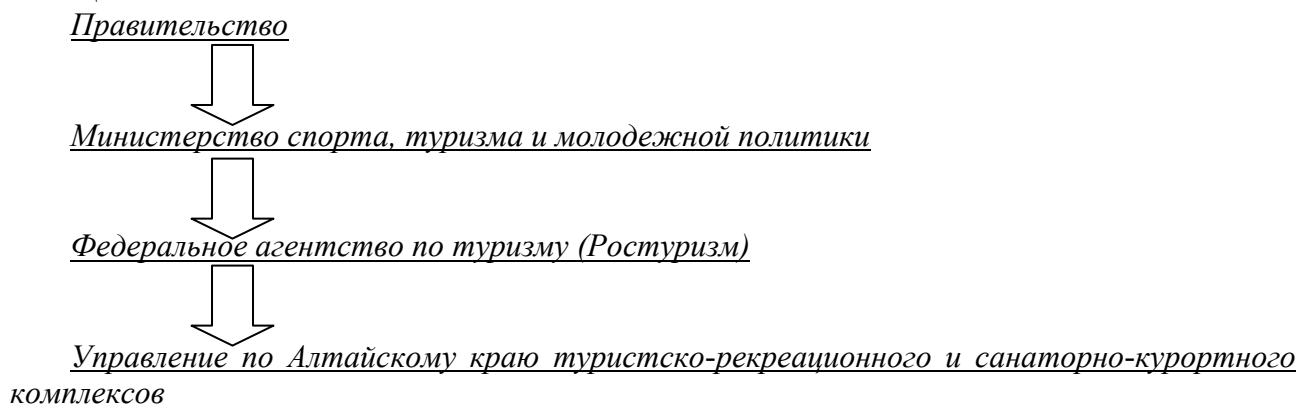


Рис. 2. Организационная структура управления туризмом в Российской Федерации.

Министерство спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере физической культуры, спорта, туризма и молодежной политики [3].

Федеральное агентство по туризму (Ростуризм) – федеральный орган исполнительной власти, который осуществляет функции по оказанию государственных услуг, управлению государственным имуществом, а также правоприменительные функции в сфере туризма [4].

Управление Алтайского края по развитию туристско-рекреационного и санаторно-курортного комплексов является органом исполнительной власти Алтайского края, обеспечивающим реализацию на территории региона единой государственной политики в сфере туризма [5].

Не смотря на обширную законодательную базу туристской деятельности, существует проблема развития туризма в виде недостаточного правового регулирования, так как нормативные правовые акты имеют общий характер. Требуют законодательного решения такие проблемы, как государственная поддержка внутреннего, въездного, социального туризма; создание образа России как страны, благоприятной для развития туризма; определение компетенции субъектов Российской Федерации в сфере туризма; учет специфики местных, природных и других ресурсов; обеспечение прав и безопасности туристов и другие. Обозначенные проблемы делают очевидным то, что законодательство в сфере туризма нуждается в значительном обновлении.

Список литературы:

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации (от 1.07.2007 г.)
2. Воронин, А.Н., Сухенко К.Э. Теоретические и методические аспекты совершенствования государственного регулирования туризма в регионах [Электронный ресурс] / А.Н. Воронин, К.Э. Сухенко. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=1556>. – Загл. с экрана.
3. www.minstm.gov.ru официальный сайт Министерства спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации.
4. www.russiatourism.ru официальный сайт Федерального агентства по туризму (Ростуризм).
5. www.alttur22.ru официальный сайт Управления Алтайского края по туристско-рекреационному и курортно-санаторному комплексов.

ТУРОПЕРАТОРЫ АЛТАЙСКОГО РЕГИОНА: АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Биточкина Е. А. – магистрант, Дунец А.Н. – к.г.н., профессор

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

В любом регионе оценить туроператорский сегмент туристского рынка очень сложно, так как многие фирмы с операторскими предложениями по Алтаю, находятся за его пределами. Кроме местных туроператоров, которые зарегистрированы в Алтайском крае, на рынке давно работают фирмы Новосибирска, Москвы, Омска, Томска, Кемерово и Санкт-Петербурга.

Среди основных параметров, которые позволяют характеризовать деятельность туроператоров, являются: направления их деятельности, особенности формирования цены тура, взаимоотношения между туроператорами и поставщиками услуг, специфика деятельности партнеров и конкурентов [1].

Формирование цены тура. Схемы калькуляции у всех туроператоров примерно одни и те же. Если говорить о турпродуктах Алтайского края и Республики Алтай, то это в первую очередь цена проживания (и даже если это активный тур, он может включать в себя размещение на базах, гостиницах и даже санаториях). Трансфер (как правило, сюда входят все внутренние перевозки по маршруту от точки старта до финиша, например Барнаул – Барна-

ул, или Новосибирск-Новосибирск.), далее питание, страховка от несчастного случая и медицинская, амортизация снаряжения (или его аренда), з/п обслуживающего персонала и дополнительные услуги (например рекреационные сборы охраняемых территорий, и пр.). Какие-то составляющие таких туров можно приобрести на месте по отдельности (экскурсии и пр.). Если говорить об активных турах, и их рентабельности, здесь большую роль играет место расположения оператора, и, как правило, чем дальше от места расположения (проведения) тура, тем сам тур будет дороже. Это связано с тем, что дополнительно организатор прибавляет затраты на доставку снаряжения и гидов. Например, так поступают туроператоры Москвы, Нижнего Новгорода и др. В среднем прибыль составляет от 25% до 60% от стоимости.

В последнее время цены стабильны и год от года меняются незначительно. Может быть, туроператорам и хотелось бы поднять цены, но этот турпродукт потенциальные туристы уже не купят. Высокий уровень цен может сделать непривлекательным внутренний туристский продукт в сравнении с зарубежными предложениями.

Взаимоотношения между операторами и поставщиками услуг. Европейская практика показывает, что при покупке на месте той или иной услуги, она должна стоить дороже, чем при покупке в агентстве. Ведь фактически туроператор привозит группу людей, что является «оптовой продажей». Такая практика характерна для всех цивилизованных стран, в которых развит турбизнес. В России, в том числе и на Алтае пока по некоторым направлениям, такие правила не принимаются. Некоторые поставщики услуг, при покупке туристом на месте, делают большие скидки. Это является нарушением договорных отношений между поставщиком и турфирмой. В Алтайском регионе отсутствует «культура» продаж в туризме, т.е. поставщики не задумываются о том, что благодаря турфирмам, которые продвигают турпродукты к ним едут клиенты. Похожая ситуация часто возникает и между оператором и агентом, что схематично представлено на рис. 1

Например:



Рис 1. Схема взаимоотношения клиента и поставщиков туристских услуг

Из представленной выше схемы видно, что клиент в выборе предложения останавливается на услугах туроператора, который имея повышенную комиссию, предлагает скидку равную заработку турагентства. В таких условиях работа турагентств становится нерентабельной.

Новые направления на Алтае. Администрация Алтайского края очень активно продвигает вновь сформированные турпродукты. К ним в первую очередь относятся «Малое Золотое кольцо Алтая», «Большое Золотое кольцо Алтая» и пр. Операторы стараются продвигать данные направления, например туристская фирма «Охота» (г. Барнаул) предлагает путевки по туристскому маршруту «Малое Золотое кольцо» от 3900 рублей на одного человека (три дня и две ночи, включено питание, экскурсии и проживание по системе «фортуна»). Для примера, средняя базовая стоимость хорошей восьми-десятидневной групповой экспедиции по Алтайскому краю и Республике Алтай – от 16 тыс. руб. на человека. Индивидуальный тур для одного-двух туристов – от 30 тыс. руб.

Развитие Алтайского туризма во многом зависит от интереса потенциальных клиентов из центральной части России. Для этого, по мнению экспертов, представителей туроперато-

ров, необходимо развитие транспортной инфраструктуры, расширение и улучшение сети автодорог, реконструкция аэропортов в Бийске и Горно-Алтайске, а так же уменьшение стоимости билетов на авиаперелеты. Не все туристы готовы к тому, что после перелета им предстоит еще целое автомобильное путешествие к месту отдыха. Если путь станет короче, это изменит их отношение к отдыху на Алтае.

Партнеры и конкуренты. Туристический рынок Алтайского края очень разнородный. Нет общей сплоченной позиции среди турфирм, сложно просчитать тенденции, высока конкуренция между агентствами, демпинг. Все турфирмы можно разделить на следующие категории:

1. «Классические» туркомпании, которые появились с началом развития современного туризма в 1990-х гг., их руководство знает технологию туризма и имеет хороший опыт и деловые связи.

2. «Молодые, динамичные агентства» - которые пришли на рынок зарабатывать деньги, имеют несколько другой взгляд на процесс организации продаж, но при этом четко понимают рыночные механизмы. Именно эта категория, зачастую в своей деятельности использует демпинговую политику «расширения» клиентской базы.

3. «Фирмы-однодневки» или «сезонные турфирмы», которые функционируют только в летний сезон [2].

Таким образом, можно сделать вывод, что туризм Алтайского края находится на стадии «подъема». Решение проблем взаимодействия между туроператорами, агентами и поставщиками услуг, может способствовать более динамичному развитию туризма. Органам власти ответственным за развитие туризма и Алтайской региональной ассоциации туризма целесообразно активизировать работу по регулированию туристского рынка, проведению семинаров для менеджеров, рекламных программ по ознакомлению с туристскими ресурсами и турпродуктом Алтайского края. Большое значение имеет взаимодействие турфирм при создании и продвижении туристского продукта Алтайского края.

Список литературы:

1. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: учебник /Е.Н. Ильина. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 480 с.

2. Татьяна Сажаева рассказала о предстоящем туристическом сезоне на Алтае. – Заг. С экраны. [Эл. ресурс] <http://altapress.ru/story/82445/>

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В.И. ВЕРЕЩАГИНА ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ЭКСКУРСИЙ ДЛЯ УЧАЩИХСЯ

Валентей В. – студент, Исаев В.В. – к.и.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Историческое развитие туристско-экскурсионной деятельности на Алтае, с одной стороны, совпадало с общими тенденциями развития туристско-экскурсионной отрасли в стране в целом, с другой стороны, имело ряд особенностей. Они были связаны, прежде всего, с наличием специфического туристско-экскурсионного потенциала [1, с. 33].

Родоначальником детского туризма на Алтае можно по праву считать известного ученого и краеведа В.И.Верещагина. Будучи преподавателем естественной истории в Барнаульском реальном училище, он, начиная с 1909 года, проводит ученические экскурсии по Алтаю (в дальнейшем – и в другие районы России). Все эти экскурсии устраивались на средства родительского комитета. Виктором Ивановичем были разработаны первые туристские маршруты по Алтаю, их краткое описание и рекомендации, а также туристские памятки [2, с. 5].

По многочисленным отзывам учеников и преподавателей, занятия В.И.Верещагина всегда были интересными. Несмотря на глубокие знания, он тщательно готовился к занятиям и хорошо их иллюстрировал. Его уроки и лекции сопровождались опытами, демонстрацией живых растений и гербарных образцов, фотографий, рисунков.

Прививая своим ученикам любовь к природе, к растительному миру, он вел ботанические кружки, читал специальные лекции, проводил беседы, занимался отдельно со всеми, кто интересовался ботаникой и вопросами краеведения.

Большое внимание Виктор Иванович уделял экскурсиям. Первоначально это были сугубо учебные походы, затем он путешествует в свое удовольствие. Наряду с экскурсиями по окрестностям Барнаула Верещагин совершил и более далекие походы по Алтаю, а также на Волгу и Кавказ.

В организации экскурсий для школьников активно участвовал родительский комитет. Его представители отмечали относительно экскурсии 1909 года: «Мы участвовали в ней средствами. Вы же отдали ей свое время, труд и свою душу».

Все свое свободное время В.И.Верещагин отдавал изучению природы Алтая, которое проходило через ведение дневников в каждом походе. Виктор Иванович описывал все новое для него: новые ландшафты, животных, каждую травинку. Экспедиционные поездки, совместно с учениками школ, начинаются с 1904 года. Верещагин посещает западные предгорья Алтая с заездом на гору Синюху и в окрестности Колыванского завода.

В 1905 году он проехал по Телецкому озеру, долине реки Чулышман. В 1907 году основные его экспедиции проходили в районе Чуйской котловины.

В 1908 году путешественник частично повторил свои маршруты по Северо-Восточному и Юго-Западному Алтаю. От Чуйского тракта были сделаны две боковые экскурсии – от Курая в верховье р. Актру и от урочища Сарын-Кольдюк на Чуе в верховье р. Ачик притока р. Шавлы Аргутской.

С 1909 года внимание исследователя привлекает центральный Алтай. Совершены походы через Канскую и Уймонскую степи, на вершины Катунских белков.

Для своих поездок Верещагин выбирал малоизученные и труднопроходимые места [3, с.7-8].

Долины рек Чульчи и Шавлы до поездок В.И.Верещагина путешественниками не посещались.

Во время поездок были собраны обширные и ценные коллекции растений, даны подробные описания и анализ растительности обследованных мест, установлены видовой состав и экологическая приуроченность растений.

Наряду с ботаническим описанием и флористическим обследованием была дана характеристика физико-географических условий формирования растительного покрова, отмечались геологический характер местности и следы ледниковой деятельности.

Также были собраны зоологические, преимущественно энтомологические, коллекции и сведения о животном мире. Установлены и зафиксированы названия всех встреченных хребтов, бомов, рек и речек, озер, переправ, селений. Проводились барометрические измерения, собирались этнографические сведения.

Глубокие знания растений и зоркий глаз ботаника позволили В.И.Верещагину найти редкие растения и новые виды, как для Алтая, так и для науки в целом [4, с 34 - 35].

Начиная с 1907 года, Верещагин публикует ряд работ о результатах исследования Алтайского края, а также пишет популярные статьи и очерки, привлекая внимание к красотам Горного Алтая. Всего было издано около 40 работ по данной тематике [3, с.9].

В 1925 году в Новосибирске была издана брошюра «Алтай как район образовательных экскурсий», а в 1927 году – «Очерки Алтая».

В сборник «Очерки Алтая» включены сокращенные описания большинства экспедиций, проделанных ученым, и дано красочное описание посещенных им мест – «На Телецком озере», «По Чулышману, к его истокам», «От Чемала до Тюдраны», «По Чуйскому тракту», «Аргутские ущелья», «По Катунским белкам на Рахмановские ключи», «По Бухтарминскому краю» и другие [5, с. 8].

Деятельность В.И.Верещагина до 1928 года подытожил П.Н. Крылов, известный ученый, член-корреспондент АН СССР, доктор ботаники, профессор Томского государственного университета. В своем отзыве от 12 марта 1928 года, написанном в связи с ходатайством о

назначении Виктору Ивановичу персональной пенсии, П.Н.Крылов писал: «В.И.Верещагин сделал на Алтае и в прилежащих к нему местах (преимущественно на свои средства) 17 экспедиций, продолжительностью в среднем 2,5 месяца каждая, изъездив в общей сложности, по меньшей мере 20000 верст пути преимущественно по горным верховым тропам. Им было собрано на Алтае около 2000 видов растений, включая, кроме высших, некоторые споровые растения. Из этого числа свыше 50 видов, новых для Алтая, и 5 видов совсем неизвестных ранее, новых для науки».

Более 50 лет посвятил В.И.Верещагин научной, педагогической и культурно-просветительской работе на Алтае. Его многолетняя научная деятельность была отмечена присуждением ему ученой степени кандидата биологических наук по совокупности работ без защиты диссертации и ученого звания доцента [6, с. 5-6].

Список литературы:

1. Пашкова, Е.Ю. Туристско-экскурсионная деятельность в Алтайском крае в период восстановления народного хозяйства после Великой отечественной войны / Е.Ю.Пашкова // Ползуновский альманах. - 2005. - №2.
2. Поздняков, А. Туристские тропы Алтая / А.Поздняков // Алтайская правда. - 1979. - № 185.
3. Кошкина, Т.А. Становление детско-юношеского туризма на Алтае / Т.А.Кошкина // Педагогические чтения имени В.И.Верещагина, посвященные 100-летию детского туризма на Алтае. – Барнаул: Изд-во Алт.ун-та., 2005. – 84 с.
4. Камбалов, Н.А. Первооткрыватели и исследователи Алтая / Н.А. Камбалов, А.Д. Сергеев. - Барнаул, 1968. - 70 с.
5. Крылов, Г.В. Виктор Иванович Верещагин / Г.В. Крылов // Ботанический журнал. - 1957. - № 2
6. Бородин, И.П. Коллекторы и коллекции по флоре Сибири / И.П. Бородин // Труды ботанического музея АН, СПб., 1966. - 18с.

ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ ПАРК КАК ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Гайдукова В.С. - студент, Косицына А. В. – ст. преподаватель
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

В последние годы рост этнического самосознания сопровождается повышенным вниманием к вопросам сохранения этнокультурного наследия, самобытности, культурного разнообразия, а также к проблемам взаимодействия туризма и культуры, и как следствие развитие культурного туризма.

Под культурным туризмом принято понимать культурно-познавательный или познавательный туризм, включающий. знакомство с историей и культурой страны во всех ее проявлениях таких как, живопись, музыку, театр, народные традиции и образ жизни людей. Упомянутая дефиниция во многом тождественна определению этнографического туризма, под которым принято подразумевать путешествия с целью изучения этнографического наследия — форм природопользования, укладов, обычаев, языка, кухни, специфики(особенности) поселений, народного творчества и прочих элементов традиционной культуры.

Наиболее перспективным направлением культурного туризма представляется создание центров культурной, научной, просветительской, туристической деятельности на базе археологических, этнографических, архитектурных, природно-ландшафтных (а в оптимальном варианте комплексных) музеев под открытым небом. Богатый опыт создания таких объектов накоплен в зарубежных странах (Флево в Голландии, Лейр в Дании, Батсер-Хилл в Англии, Дюппель в ФРГ, Памунки в США). Такие центры, по сути, представляют собой новую модель деятельности культурных институтов регионов с практически неограниченными ресур-

сами и возможностями. На их базе может быть создана принципиально новая для многих регионов сфера отдыха и развлечений.

Особенно интересны в этом плане музеефицированные памятники, расположенные в природных национальных парках, заповедниках и заказниках. В зарубежных странах накоплен богатый опыт создания таких объектов (музеев под открытым небом). В последние годы такие музеефицированные комплексы, как центры культурной, научной, просветительской, туристической деятельности, начали создаваться и в России (Костенки в Воронежской, Аркаим в Челябинской областях и др.). В их состав входят как подлинные, так и реконструированные археологические, исторические и этнографические группы объектов. К ним относятся разнообразные жилища, хозяйственные и производственные постройки, святилища и культовые места, торговые площади, фортификационные сооружения, пристани и т. п. Конкретные примеры и образцы идей или воплощенных в реальной жизни проектов приведены ниже.

Такие природно-историко-культурные центры, по сути, представляют собой новую модель деятельности культурных институтов региона, где они расположены, которая позволит модернизировать существующую в регионе инфраструктуру туризма и культуры.

Основными целями создания таких центров являются разработка и воплощение новой модели культурной деятельности в регионе путем создания интерактивной зоны общения по проблемам истории, культуры и искусства древних обществ и цивилизаций, их роли и места в мировом историческом процессе, а также их влияния на современный мир.

Однако деятельность таких центров не ограничивается только человеческой историей и культурой. Общение с природой, ее изучение, а также решение проблем взаимоотношения природы и человека, воспитание бережного отношения к окружающей среде также могут и должны входить в сферу деятельности такого центра. В целом можно сказать, что одной из основных целей таких учреждений должна быть экологизация жизни человека в самом широком смысле этого слова.

К основным задачам центров подобного типа можно отнести следующие:

1. Создание центра культуры, науки, образования, развития принципиально нового типа.
2. Предотвращение разрушения памятников природы, истории и культуры и сохранение их для потомков.
3. Осуществление роли генератора общественных инициатив в области охраны памятников природы, истории и культуры и среды обитания в целом.
4. Воспитание бережного отношения к своему не только недавнему, но и древнему прошлому и возрождение на этой основе в большой степени утраченного за последние годы чувства патриотизма, гордости за свою, в том числе и малую, Родину.
5. Создание принципиально новой для региона сферы отдыха и развлечений.

Основными направлениями деятельности центра являются культурно-просветительское, научное, образовательно-воспитательное, спортивно-оздоровительное, туристско-развлекательное.

Туристские центры подобного типа существуют во многих регионах России, это такие центры как, Этнокультурный парк «Сувар» г. Чебоксары, Этнический комплекс «Атамань» г. Тамань, Финно-угорский этнокультурный парк г. Сыктывкар, Историко-культурный и природный музей – заповедник «Томская писаница» г. Кемерово. Разнообразие культуры народов России, этническая составляющая создают оптимальные условия для развития культурного, познавательного туризма в регионах и каждый из подобных парков будет отличаться уникальным культурным наследием, особенностями исторического развития и этносов.

В Алтайском крае существуют все предпосылки для создания центра подобного типа. Алтайский край благоприятен для развития различных типов туризма. Уникальные природно-климатические условия привлекают туристов не только со всей России, но и из других стран. Богатая история региона и разнообразие этносов также является немаловажной составляющей для создания центра культурного туризма. Помимо всего прочего этнокультурный парк – это центр восстановления, развития ремесел и народных художественных промы-

слов, проведения научных конференций, фестивалей, народных праздников и тематических встреч.

В Алтайском крае практически отсутствуют центры подобного типа, а в общероссийском масштабе не доработана система методологических понятий и точных определений парков, разграничений понятий организаций подобного типа, и как следствие нет общих систем, конкретных понятий, не проработан юридический статус. Необходимо создание общей системы, которая позволила бы паркам подобного типа стать центром развития туризма в России в целом и в нашем крае в частном. Важным шагом являлась бы разработка этнокультурного центра, который помимо всех основных функций этнокультурного парка поможет развивать экономику, инфраструктуру региона.

В рамках дипломной работы начата разработка общей концепции этнокультурного парка «Нить времён». Согласно заданию парк расположен в предгорной зоне края. В основе концепции лежат богатое историческое наследие и разнообразие этносов проживавших на территории Алтайского края и ныне существующих. Этнокультурный парк «Нить времён» раскрывает поэтапное развитие региона, начиная с культуры скифских племен и заканчивая периодом горнодобывающего Алтая. Основной символ – спираль – отражена не только в графической составляющей проекта, но и в его пространственном решении. Спираль, как символ течения времени и развития цивилизации, наиболее органично раскрывает преемственность эпох, основные исторические зоны парка последовательно открываются зрителю. Помимо познавательного аспекта истории и культуры народов Алтая, также предлагается окунуться в разнообразие мифов и легенд, распространенных в данном регионе, а проведение научных конференций позволит привлечь внимание общественности к таким вопросам, как этнография, история, экология, культура, семейный туризм и др.

Можно утверждать, что создание этнокультурного парка положительно повлияет на многие сферы деятельности в Алтайском крае, начиная с образовательного процесса, семейного досуга, культурного отдыха, развитие малого и среднего предпринимательства (ремесло, народный художественный промысел, сельский туризм и т.д.), улучшение инфраструктуры, развитие внутреннего туризма и региона в целом.

ЗНАЧЕНИЕ ТОПОНИМИКИ В ПОЗНАВАТЕЛЬНОМ ТУРИЗМЕ

Гладких П.С. – студент, Исаев В.В. – к.и.н., доцент

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

В последнее время познавательный туризм получил значительное развитие и стал массовым социально-экономическим явлением международного масштаба. Быстрому его развитию способствует расширение политических, экономических, научных и культурных связей между государствами и народами мира. Массовое развитие познавательного туризма позволяет миллионам людей расширить знания по истории своей родины и других стран, познакомиться с достопримечательностями, культурой, традициями той или иной страны.

Познавательный туризм в России связан с информационной потребностью рекреационных ресурсов и основан на интересе, который не ослабевает, к огромному познавательному поиску. Такой вид туризма в первую очередь ориентирован на ознакомление отдыхающих с культурными ценностями и познание природных объектов

Для большинства регионов России ориентация на познавательный туризм становится одной из настоящих возможностей экономического, общественного и культурного подъёма – региональные власти рассматривают данный вид туризма как стратегически важное направление социально-экономического развития.

Специфика познавательного туризма заключается в том, что данный вид туризма имеет дело с двумя важнейшими составляющими: природным и культурным наследием. Это исторические города и поселения, памятники архитектуры, археологические раскопки, музеи разных типов, ремесла, праздники, традиционная народная кухня, культурный и природный ландшафт.

Уникальную возможность целенаправленного поиска элементов культуры, присущих конкретной местности и позволяющих составить представление о глубине массовой памяти, о ценностных ориентирах жителей данной местности, открывает современным туристам топонимика - наука, которая занимается изучением географических названий, выявлением их своеобразия, историей возникновения и анализом изначального значения слов, от которых они образованы.

Каждый человек постоянно встречается с географическими названиями. «Невозможно представить себе жизнь современного общества без географических названий, - пишет известный специалист в области топонимики Э. М. Мурзаев. Они повсеместно и всегда сопровождают наше мышление с раннего детства. Всё на земле имеет свой адрес, и этот адрес начинается с места рождения человека. Родное село, улица, на которой он живёт, город, страна всё имеет свои имена» [1].

На Земле имеют свои названия материки и части света; государства и входящие в них области, провинции, штаты; города, поселки, села и деревни; горные страны, хребты, отроги и вершины; перевалы и ледники, крупнейшие реки и маленькие ручейки; обширнейшие пустыни, степи, тундры и небольшие урочища. Еще никто точно не подсчитал, сколько существует географических названий на всей Земле, но подсчеты в отдельных странах, областях, районах позволяют оценивать их общее количество сотнями миллионов.

Попав в новое место, любознательные туристы и экскурсанты очень часто задают своему экскурсоводу вопрос: «А что значит название этого города (реки, озера, горы, села и т. д.)?» На этот вопрос следует дать четкий, обоснованный ответ. Главным в рассказе должно быть научное объяснение современного названия, поданное в занимательной, общедоступной форме. Это, безусловно, трудно, так как научная популяризация топонимики развита у нас еще слабо, но стремиться к такой подаче материала нужно.

В распространении топонимических знаний среди широких масс населения роль туристских инструкторов и экскурсоводов особенно велика. Конечно, самый легкий путь — пересказ примитивных побасенок. Туристы к экскурсоводу обычно относятся с большим доверием, они заранее запрограммированы на получение достоверной познавательной информации, многие, чтобы лучше запомнить рассказ, тщательно его записывают.

Особенно благодарной аудиторией бывают преподаватели, которые сведения, полученные в походах и экскурсиях, передают своим студентам, отсюда легко представить, какое распространение получает каждое слово экскурсовода. Поэтому топонимическая подготовка экскурсоводов должна быть особенно тщательной.

Говорить об информации, извлекаемой из географических названий, более конкретно нет необходимости, так как в зависимости от географических и исторических особенностей изучаемого района она будет различной. Это непосредственно вытекает из географии современного туризма. На огромных просторах нашей Родины буквально не осталось мест, недоступных туристам. Понятно, что при таком территориальном размахе туризма в одних районах наибольший интерес будут представлять географические названия, содержащие сведения культурно-исторического характера, в других — связанные с особенностями хозяйства или населения, в третьих — отражающие современные специфические черты природы или рассказывающие о ее прошлом [2].

Но во всех случаях независимо от района предстоящего путешествия, от характера извлекаемой информации необходимо овладение элементарными приемами топонимического исследования.

Турист, готовясь к путешествию, как правило, знакомится с предстоящим маршрутом: читает географическую и историческую литературу, изучает путеводители, карты, схемы, отчеты предшественников. Но горизонт туриста существенно расширится, если он, кроме этих источников, обратится и к топонимике, постарается осмыслить географические названия по маршруту похода и увязать извлеченную из них информацию с данными, полученными из других источников. Объем и сложность топонимической подготовки к маршруту зависят прежде всего от степени топонимической изученности территории и от обеспеченно-

сти доступной туристам топонимической литературой — популярными сводными работами, словарями.

Имеет значение и способ передвижения. Пешие маршруты требуют детального рассмотрения большого количества названий, но на сравнительно небольшой площади. А при подготовке к автобусным, теплоходным, железнодорожным маршрутам нужно знакомство с названиями только достаточно крупных объектов, но находящихся на значительном удалении друг от друга.

В общем случае может быть рекомендована такая последовательность топонимической подготовки познавательного маршрута: в первую очередь по обзорным топонимическим работам нужно получить общее представление о географических названиях района — на каком языке или языках они даны, когда возникли, изменялись. Затем по топонимическим словарям следует уяснить значение возможно большего числа названий. После этого из литературных источников и карт выписываются все содержащиеся в них названия по маршруту [3].

Подготовленные в топонимическом отношении туристы отправляются в поход, где они уже сознательно будут воспринимать встречающиеся названия, а также смогут непосредственно на местности проверить, сохранились ли до наших дней те природные или хозяйственные особенности, которые в свое время обусловили появление того или иного имени. Кроме того, «топонимически» грамотный турист может во время похода выполнить и общественно полезную работу по сбору географических названий, в чем заинтересованы ученые-топонимисты. В некоторых случаях туристы имеют возможность участвовать в процессе присвоения названий ранее безымянным объектам.

Таким образом, осмысленные названия сопоставляются с географическими и историческими сведениями о районе (маршруте), в результате чего получается комплексное представление о местности и названиях на ней.

Список литературы:

1. Мурзаев Э.М. Топонимика и география. — М., 1995. — 304с.
2. Попов, А.И. Географические названия: Введение в топонимику. - М.; Л.: Наука, 1965. - 181 с.
3. Пospelов Е. М. Туристу о географических названиях. — М.: Профиздат, 1988. — 192 с.

ПРОГРАММНЫЕ АСПЕКТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ РФ В ОБЛАСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Долженко И.Н. — студент, Бовтун В. С. — д.и.н., профессор

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

На сегодняшний день туристический бизнес является динамичной и доходной отраслью с высоким потенциалом. Россия располагает колоссальными природными ресурсами и культурно-историческим потенциалом для развития различных видов внутреннего туризма.

Однако, несмотря на поддержку со стороны государства, данная отрасль является недостаточно развитой при всевозрастающем спросе на туристические услуги.

Под Стратегией развития туризма в Российской Федерации понимается взаимосвязанная по задачам, срокам осуществления и ресурсам совокупность целевых программ, отдельных проектов и внепрограммных мероприятий организационного, правового, экономического и политико-дипломатического характера, обеспечивающая эффективное решение проблемы динамичного и устойчивого развития туризма в стране [3].

Реализация Стратегии должна обеспечить вклад туристской индустрии в решение следующих общенациональных задач современного этапа экономического развития России:

- создание условий для динамичного и устойчивого экономического роста. Для этого за счет высоких темпов роста туристская индустрия (с учетом сопряженных областей) должна обеспечить свой вклад в дополнительный прирост темпов экономического развития;

- повышение уровня и качества жизни населения путем увеличения доступности туристских услуг, занятости и доходов жителей нашей страны;
- повышение конкурентоспособности российской экономики путем повышения привлекательности нашей страны как туристского направления;
- обеспечение сбалансированного социально-экономического развития субъектов Российской Федерации за счет увеличения доли туризма в региональном валовом продукте [3].

Стимулирование развития туристской инфраструктуры на региональном уровне в период до 2015 года осуществляется в рамках следующих действующих федеральных целевых программ:

1. «Юг России» (2008-2012 гг.), раздел «Развитие туристско-рекреационного комплекса».

Предлагается осуществлять в рамках следующих действующих, разрабатываемых и планируемых к разработке федеральных целевых программ:

- «Экономическое и социальное развитие Дальнего Востока и Забайкалья на 1996-2005 годы и до 2013 года»,
- «Развитие транспортной системы Российской Федерации (2010-2015 годы)»;
- «Развитие историко-культурных зон в России (2010-2013 гг.)»;
- «Туристско-рекреационное развитие прибрежных территорий Азовского и Каспийского морей на период 2010-2015 гг.».

Территория Сибири обладает уникальными природными ресурсами и культурно-историческими памятниками, позволяющими региону занять достойное место на российском и международном туристских рынках.

В последние годы туризм становится заметной составляющей экономики Сибири, выступая своеобразным катализатором социально-экономического развития территории, положительно влияющим на рост занятости населения, стимулирующим развитие смежных отраслей экономики, развивающим инфраструктуру и коммуникации в регионах.

В связи с намеченной стратегией развития туризма в странах Северо-Восточной Азии у регионов Сибири открываются широкие перспективы развития трансграничных обменов, что послужит развитию въездного туризма в регион и Российскую Федерацию, в целом.

В сибирских регионах находятся 734 охраняемых природных территории, в том числе: национальных парков 21; заповедников 17; заказников 130; памятников природы 508; природных заказников (парков) 52; других туристских природных объектов 459.

Факторами, определяющими привлекательность сибирских регионов как объектов туризма, являются:

- а) историческое и культурное наследие Сибири, неразрывно связанное с историей и культурой России;
- б) выгодное географическое положение регионов как отправных точек туристских маршрутов по Сибири, городам Дальнего Востока, странам Азиатско-Тихоокеанского региона;
- в) Сибирь - место проведения международных конгрессов, симпозиумов, семинаров, выставок, ярмарок, фестивалей, а также проведения международных соревнований по различным видам спорта, способствующее развитию делового и событийного туризма;
- г) наличие уникальных природных ресурсов.
- д) в рамках одного турпродукта за короткий срок, возможно, познакомить туристов с богатыми культурными традициями регионов Сибири [2].

Наиболее перспективными видами туризма и отдыха в Сибири считаются направления:

- экологический и эколого-этнографический туризм;
- конгрессный и деловой туризм;
- событийный и культурный туризм;
- спортивный и экстремальный туризм.

Сфера туризма представляет собой сложный межотраслевой комплекс.

В связи с этим нормативное правовое регулирование отношений в данной сфере включает в себя не только правовые акты законодательства о туристской деятельности, но и акты

различных отраслей законодательства Российской Федерации.

Анализ современных тенденций развития туризма в России, позволяет нам сделать вывод о том, что, несмотря на все усилия региональных предприятий туристской отрасли, они не способны в полной мере работать в новых рыночных условиях. Это связано с целым рядом причин: отсутствие квалифицированных кадров, отсутствие знаний и опыта работы в области обслуживания зарубежных и отечественных туристов, незнание собственных рекреационных ресурсов и многое другое.

Единственно возможный путь - разработка очень глубокой и конкретной региональной программы развития туризма, которая должна формироваться с учетом уникальных особенностей каждого региона. Следовательно, на развитие туризма в Сибири существенное влияние оказывают такие объективные факторы, как:

- отсутствие Федеральной целевой программы по развитию туризма в субъектах Сибири и Дальнего Востока России;
- неразвитость инфраструктуры туризма и недостаток денежных средств на её развитие;
- удаленность от центральных регионов и, как следствие, высокая стоимость туристских перевозок;
- ярко выраженная сезонность туризма в регионе;
- значительная протяженность туристских маршрутов;
- удаленность уникальных объектов туристского показа от основных транспортных узлов [1].

Таким образом, в результате проведенного анализа, можно выделить следующие механизмы развития сферы туризма в Сибирском регионе:

- административное управление туристского бизнеса на основе косвенного регулирования, изменение роли власти, связанной с отказом от части функций контроля и управления в экономической сфере;
- постоянный мониторинг нормативно-правовой базы в области туристского бизнеса;
- содействие созданию и развитию туристских ассоциаций предпринимателей в области туризма;
- создание целостного имиджа туристского региона;
- экономическая политика органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации;
- проведение открытых конкурсов для частных предприятий туризма;
- привлечение внебюджетных средств;
- активная деятельность муниципальной и федеральной власти в области налаживания международного сотрудничества в области развития туризма в регионе (реализация международных инвестиционных проектов).

Список литературы:

1. Горячева, Т. К. Взаимодействие Восточно-Сибирского института туризма с районными администрациями по развитию туризма // Сборник докладов и тезисов сообщений международной научно-учебно-практической конференции «Возможности развития туризма Сибирского региона и сопредельных территорий». / Т. К. Горячева. [Текст] – Томск, 2003. – 180 с.

2. Краевая целевая программа «Развитие туризма в Алтайском крае» на 2011 - 2016 годы от 23 декабря 2010 г. N 583 [Текст]

3. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года. (Утверждена Ростуризмом Федеральным агентством по туризму - в соответствии с поручением Правительства Российской Федерации - Приказ от 6 мая 2008 года №51). [Текст]

ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В ДАНИИ

Каржавина Ю.В. – магистрант, Дунец А.Н. – к.г.н., профессор
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Развитие сельского туризма в Российской Федерации является одним из компонентов устойчивого развития сельских территорий. Но для России данное направление в туризме является сравнительно молодым по отношению к более опытным соседям Европейского региона. Полифункциональность сельского туризма обусловила активный рост его популярности в мире в последние годы. Мода на сельский туризм охватила многие страны, особенно европейские. В Германии, Италии, Великобритании и Франции существуют, десятки тысяч ферм, предлагающих услуги по размещению. Модель организации сельского туризма для каждой страны имеет свои уникальные особенности, тем не менее, опыт построения организационно-управленческих механизмов развития сельского туризма в более «опытных» странах является показательным для России.

Большинство европейцев живут в густонаселенных городских районах. Это в значительной мере влияет на привлекательность сельского туризма, кратковременного отдыха, отдыха вне «высокого сезона», активных видов туризма.

Идея устойчивого развития способствовала росту популярности сельской местности как туристского направления, а также привела социально-экономическим преобразованиям, которые привели к сокращению традиционно сильных первичных отраслей сельской местности (сельского хозяйства, лесное хозяйства и рыболовства). Несмотря на положительное влияние сельского туризма на сельские территории, рост данного направления туризма трудно подсчитать, потому, что немногие страны собирают статистические данные, выделяя данный вид туризма.

В странах Северной Европы на рынке сельского туризма заметно выделяются Дания, юг Швеции и Норвегии. В Дании сельское хозяйство является одним из самых эффективных на европейском рынке, а датская ферма считается эталоном для подражания, поэтому спрос агротуристов на отдых в этой стране постоянно растет. В течение последних десятилетий сельская местность в северных странах ЕС столкнулась с такими же явлениями в экономике, как остальной мир. Характерны такие процессы, как продолжающийся отток населения, и особенно потери молодого и образованного населения, развитие технологии ведения сельского хозяйства и изменения в системе политики сельскохозяйственного субсидирования. Политически и экономически, сельские районы стали более открытыми для глобальных процессов, в том числе индустрии туризма. В отличие от снижения показателей в сельском хозяйстве, сфера туризма характеризуется стабильным ростом.

Рассмотрим организационно-управленческие механизмы развития сельского туризма на примере Дании, страны, где 53% проживают в сельской местности. В Дании сельский туризм представляет собой множество видов туризма в сельской местности, с акцентом на размещение на фермах. Сельский туризм в скандинавских странах традиционно является семейным частным бизнесом небольшого масштаба.

На наднациональном уровне развитие сельского туризма осуществляется посредством общеевропейской программы ЛИДЕР (Liaisons Entre Actions pour le Developpement des Economies Rurales), которая является целевой программой ЕС по комплексному развитию сельских территорий. Впервые она была, представлена в 1990 г. Финансирование проекта осуществляется из структурных фондов ЕС. Более чем 200 регионов, участвуют в программе, из них треть ориентирована на развитие туристской деятельности. В настоящее время большинство европейских стран располагает собственными стратегиями развития сельского туризма.

На государственном уровне, ответственными за туризм являются Министерство бизнеса и экономических дел, министерство по туризму. На региональном уровне были созданы шесть региональных «форумов роста» и шесть «региональных организаций в области разви-

тия», где первый отвечает за вопросы регионального роста и развития, второй, непосредственно ответственен за региональное развитие туризма и маркетинг. Основная цель «форумов роста» в обеспечении согласованности между государственными, региональными, местными уровнями и фондов ЕС, в том числе определение, какие мероприятия и проекты должны получать государственное финансирование.

На уровне дестинации управленческая структура состоит из одного или нескольких муниципалитетов, туристических организаций и предприятий. Министерство делегировало ряд стратегических и оперативных задач национальной организации по туризму VisitDenmark. Эта организация отвечает за развитие проектов по туризму, имеющих национальное значение. Эти проекты формируют основу для новых стратегий, концепций, продуктов и вносят вклад в повышение конкурентоспособности датского туризма. VisitDenmark играет важную роль в развитии датского туризма на местном, региональном и национальном уровнях. Visit Denmark способствует процессу сотрудничества с региональными организациями в области развития путем проведения семинаров, обмена знаниями. Дестинации развития туризма несут ответственность за стратегическое развитие и организационное управление на уровне дестинации, включая координацию PR и маркетинг, работу с проектами развития, фандрайзинг, сотрудничество между туристическими организациями и др.

Для Алтайского края, где высока доля сельского населения сравнительно с другими регионами России, опыт Европейских стран и Дании, в частности, показывает, что наиболее важным на настоящий момент является решение вопроса построения организационных механизмов взаимодействия участников сельского туризма на разных уровнях. Датская модель взаимосвязи и взаимодействия может являться основой, с учетом региональных условий. Совместно с активной работой СМИ и органов власти, кооперативов и иных объединений, целью которых является развитие и продвижение сельского туризма можно достичь лучших показателей в степени удовлетворенности потребителей и собственников сельских гостевых домов, а также обеспечить лидерство Алтайского края в данном виде туризма.

Список литературы:

1. Интернет-приёмная Алтайского края, Захаров Юрий Владимирович начальник управления Алтайского края по развитию туристско-рекреационного и санаторно-курортного комплексов, 11 октября 2011 г. [Электронный ресурс]-
http://www.altairegion22.ru/public_reception/on-line-topics
2. Tourism volume 6 by Stephen Page and Joanne Connell p.140, The business of rural tourism: international perspectives Stephen J. Page and Don Getz.
3. DENMARK TOURISM REPORT 2008
4. Nordic tourism Issues and Cases by C. Michael Hall, Dieter K. Muller

РАЗВИТИЕ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТУРИЗМА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ НА ПРИМЕРЕ СКОРОГО ПРИГОРОДНОГО ПОЕЗДА КОМПАНИИ ОАО «АЛТАЙ-ПРИГОРОД» - «КАЛИНА КРАСНАЯ».

Кондратьева А. – студент, Исаев В.В. – к.и.н., доцент

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

В 19 веке появление и распространение железнодорожного транспорта дало толчок развитию туризма. Именно на поезде был совершен первый в истории тур, организованный Томасом Куком. В настоящее время железнодорожные перевозки являются одним из важнейших средств передвижения туристов, а значительная доля предлагаемых на рынке туров базируется на пользовании услугами железнодорожных перевозчиков. В России перевозка туристов на ж/д транспорте осуществляется по трем основным группам маршрутов: групповые маршруты, туристско-экскурсионные поезда, поезда «Здоровье». На территории страны курсирует несколько фирменных поездов, в частности, «Аврора», «Красная стрела», «Николаевский экспресс», «Гранд Экспресс», «Мегаполис».

В Алтайском крае инициатором развития скоростного движения пригородных поездов выступила компания ОАО «Алтай-Пригород», основной деятельностью которой является перевозка пассажиров пригородным железнодорожным транспортом. Зона обслуживания охватывает 16 районов и 8 городов края. Общая протяженность пригородных перевозок в зоне составляет 1031 км.

По данным Территориального органа федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю, население края составляет 2 412 294 тыс. человек, из них 1 656 846 тыс. человек или 68,7 % проживает в зоне обслуживания ОАО «Алтай-Пригород» (по данным 2011 г.).

Принимая во внимание рыночные изменения структуры транспортного обслуживания населения, постоянно возрастающее количество автомобилей, медленные темпы строительства, реконструкции дорог, позиционирование предгорных территорий Алтайского края и республики Алтай, как перспективной зоны активного отдыха и туризма, специалисты компании «Алтай-Пригород» предложили пилотный проект развития скоростного пригородного движения на участке Барнаул-Бийск.

2 июля 2009 г. был введен в эксплуатацию скорый пригородный поезд «Калина красная», сообщением Барнаул-Бийск. Поезд «Калина красная» - это совместный проект Администрации Алтайского края и пригородной пассажирской компании ОАО «Алтай-Пригород». По инициативе губернатора Алтайского края А.Б. Карлина проект посвящен 80-летию со дня рождения писателя, режиссера и актера Василия Шукшина.

Поезд сформирован из 4 новых современных вагонов отечественного производства, приобретенных Администрацией Алтайского края и переданных компании «Алтай-Пригород». В оформлении каждого вагона использованы фотографии В.М. Шукшина и цитаты из его произведений. Поезд «Калина красная», рассчитан на 240 посадочных мест, курсирует ежедневно в направлении Барнаул – Бийск – Барнаул. Поезд приобрел большую популярность у жителей и гостей края. За период курсирования пригородного поезда перевезено около 200 тыс. человек, его можно считать одной из главных визитных карточек Алтайского края.

Сразу же после ввода в обращение поезда, руководством компании была предложена туристская программа «Познаем Алтай», которая включает в себя несколько туристских маршрутов. Самые популярные из них: экскурсия по городу Бийску, путешествие на родину В.М. Шукшина в село Сростки, посещение города курорта Белокурихи, посещение тур комплекса Уикенд Парк, а так же живописные места Горного Алтая.

Жителям и гостям Алтайского края всех социальных категорий предоставляется прекрасная возможность расширить свой кругозор, ознакомиться с историей и увидеть красивые места родного края.

Особенность туристского продукта, предложенного компанией ОАО «Алтай-Пригород» состоит в возможности кратковременного путешествия (1-2 дня), по доступным ценам.

Смешанные перевозки на поезде и автобусе обеспечивают безопасное, комфортабельное и скоростное движение, экономию времени. За общий период курсирования поезда было перевезено 5000 туристов из города Барнаула и близлежащих территорий.

В перспективе под руководством генерального директора компании ОАО «Алтай-Пригород» планируется ввести в обращение новый вид перевозок для Алтайского края – интермодальные (совместное участие при перевозке пассажиров, а в нашем случае туристов, автомобильного и железнодорожного транспорта). При успешной реализации данного проекта можно охватить туристским обслуживанием сельское население, проживающее вдали от столицы Алтайского края и железной дороги. В настоящее время, компанией уже введены в обращение скорые пригородные поезда «Восток» (2010 г.), сообщением Бийск-Барнаул, «Просторы Алтая» (2011 г.), сообщением Барнаул-Алейская-Рубцовск.

На основании вышеизложенного очевидно, что железнодорожный туризм в нашей стране имеет хорошие перспективы для дальнейшего развития. Пример организации туристских услуг компанией ОАО «Алтай-Пригород», показывает, что железнодорожные путешествия, в

комплексе с другими туруслугами, имеют все шансы занять свою нишу на туристском рынке Алтайского края.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ:

Информационный материал предоставлен компанией ОАО «Алтай-Пригород».

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Крапивина Е. – студент, Исаев В.В. – к.и.н., доцент

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

Россия обладает уникальными природно-климатическими и культурно-историческими особенностями, позволяющими развивать практически все виды туризма, в том числе, сельский туризм.

По оценкам Всемирной туристской организации сельский туризм (агротуризм), являясь одним из направлений экологического туризма, объединяет широкий спектр различных видов отдыха и развивается быстрыми темпами в зарубежных странах, а также входит в пятерку основных стратегических направлений развития туризма в мире до 2020 года.

Современное состояние сельского туризма в Российской Федерации весьма скромное - пока лишь несколько регионов России активно развивают это туристское направление.

Все большую популярность сельское гостеприимство приобретает на Алтае. Так, в Алтайском крае разработана и реализуется ведомственная целевая программа «Развитие сельского туризма в Алтайском крае на 2009-2012 годы».

Алтайский край – регион России с большим экономическим потенциалом. Отличительной особенностью края является значительная доля сельского населения, которое составляет 46% населения края, тогда как в среднем по стране вне городов проживают 27% россиян. В регионе насчитывается около 440 тысяч сельских усадеб, ведущих личное подсобное хозяйство, и осуществляют деятельность более 4 тысяч крестьянских (фермерских) хозяйств. В целях обеспечения устойчивого развития сельских территорий для Алтайского края приоритетом является политика развития сельскохозяйственного производства, через стимулирование к занятию несельскохозяйственными видами деятельности, позволяющая реализовывать механизмы государственной поддержки.

Сельский туризм, прежде всего, рассматривается Администрацией Алтайского края, как эффективный способ реализации сельскохозяйственной продукции произведенной в личных подсобных и крестьянских фермерских хозяйствах. В сельском гостевом доме турист употребляет настоящие деревенские продукты, домашний творог, парное молоко, ягоды с экологически чистого огорода.

Сельский туризм дает уникальную для современных горожан возможность приобщиться к иной культуре, узнать на собственном опыте, что такое сельская жизнь, сельский труд в поле на пашне, на сенокосе, в огороде, во дворе и на ферме, воочию увидеть жизнь и быт современной деревни. Из сельской местности вышли мы все, нам знакомы национальные обычаи и традиции, поэтому сельский туризм, в какой-то мере это путешествие к истокам.

В целях реализации на территории Алтайского края Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2009 - 2012 годы», 12 марта 2009 г. была утверждена ведомственная целевая программа «Развитие сельского туризма в Алтайском крае» на 2009 - 2012 годы. В программе определены субъекты, относящиеся к сельскому туризму и имеющие право на государственную поддержку. К ним относятся: граждане, ведущие личное подсобное хозяйство, крестьянские (фермерские) хозяйства и сельскохозяйственные потребительские кооперативы, оказывающие услуги сельского туризма.

Утверждены порядки предоставления в 2009 – 2012 годах из краевого бюджета целевых средств на государственную поддержку сельского туризма, определены формы документов,

предоставляемых сельскохозяйственными товаропроизводителями для получения государственной поддержки.

Развитие сельского туризма является, с одной стороны, инструментом реализации мероприятий Государственной программы, направленных на устойчивое развитие сельских территорий, в том числе в рамках реализации программы «Комплексное развитие Алтайского Приобья», с другой стороны, это важная часть реализации комплексной Программы по развитию туризма в Алтайском крае.

Мониторинг объектов сельского туризма в муниципальных районах края показал, что в пятнадцати районах с 2009 г. идет работа по развитию этого вида туризма. Администрации восьми муниципальных районов (Алтайского, Быстроистокского, Змеиногорского, Красногорского, Солонешенского, Смоленского, Ельцовского, Новичихинского) разработаны и приняты муниципальные программы развития сельского туризма.

Начало реализации программы «Развитие сельского туризма в Алтайском крае» на 2009 - 2012 гг.» в прошедшем, 2009 году уже имеет ряд положительных результатов.

Ресурсное обеспечение программы «Развитие сельского туризма в Алтайском крае» представлены следующими финансовыми показателями. Общий объем финансирования программы из краевого бюджета за 3 года составит около 24 млн. руб. В том числе на развитие материально-технической базы - 18 млн. рублей. Согласно плановых показателей к концу 2012 г. число объектов сельского туризма, участников программы, должно достигнуть 150 единиц, которые будут способны одновременно принять более 1000 туристов. А в целом за 2012 г. сельские гостевые дома смогут обслужить более 3000 отдыхающих.

В начале исполнения программы 46 владельцев сельских усадеб разрозненно оказывали услуги сельского туризма. На основании полученных отчетов из муниципальных районов края итогом первого года осуществления программы является рост субъектов сельского туризма до 78 единиц, которыми было обслужено за летний сезон более 1500 отдыхающих. При этом дополнительный доход к основному сельскохозяйственному производству в ЛПХ составил около 50 тыс. рублей на один объект. Таким образом, полученный финансовый результат говорит об эффективности развития сферы сельского туризма, как инструменте получения дополнительных финансовых поступлений, полученных за счет более выгодной реализации продукции и оказания услуг сельскими жителями. Суммарный дополнительный доход участников программы составил 3,9 млн. рублей. Ожидается, что к концу 2012 г. выручка достигнет более 120 тыс. руб. в год на один объект, участника ведомственной программы развития сельского туризма.

Мониторинг деятельности сельских гостевых домов показал:

- более половины гостевых домов созданы, либо получили капитальную реконструкцию в 2009 г.;
- 25% оказывают услуги туризма пока только круглогодично;
- более половины владельцев сельских гостевых домов имеют всего 2-3-х летний опыт работы в сельском туризме;
- 38% владельцев сельских домов имеют высшее образование, 31% незаконченное высшее и средне-специальное. Проблемой является отсутствие владения иностранными языками.

Сельский туризм - своеобразный туристический продукт с предоставлением не только услуг размещения и питания туристов, а насыщенный отдых экскурсионными конными маршрутами, посещением исторических и археологических достопримечательных мест, участие в сельскохозяйственных работах, рыбалке, сборе грибов и ягод и многое другое, чем богат и своеобразен сельский образ жизни. Субъекты алтайского сельского туризма, владельцами личных подсобных хозяйств широко используют данное многообразие в своей деятельности в целях насыщения отдыха и придание ему большей привлекательности.

Реализация основных направлений программы в части мероприятий государственной поддержки в 2009 году осуществлялась только средствами краевого бюджета в сумме 4,1 млн. рублей. Субсидии выплачены субъектам программы, в том числе на компенсацию

затрат по строительству, реконструкции и ремонту мест размещения, гостевых домов – 2,7 млн. рублей, издание информационно-методической литературы и создание сайта в сети Интернет – 0,2 млн. рублей. Это стимулировало участников программы к вложению собственных средств в размере 10,6 млн. рублей.

Таким образом, общий объем финансирования за счет бюджетных и не бюджетных источников на развитие сельского туризма региона в 2009 году составил – 14,7 млн. рублей.

Программа «Развитие сельского туризма в Алтайском крае» на 2009 - 2012 гг. способствовала консолидации усилий заинтересованных сторон:

- Начал свою деятельность «Центр сельского туризма», организованный при участии группы преподавателей кафедры «Сервис и туризм» Алтайского государственного технического университета им. И.И. Ползунова;

- Создан краевой сельскохозяйственный потребительский кооператив «Алтайагротурсервис»;

- При финансовой поддержке Программы, в настоящее время ведется содержательное наполнение сайта «Сельский туризм в Алтайском крае»;

- Проведен обучающий семинар по сельскому туризму (32 участника);

- проведен мастер-класс «Сельский туризм» для участников Всероссийского слета сельской молодежи, который прошел в октябре 2009 г. в Барнауле в связи с годом молодежи в России;

- подготовлено и издано «Практическое руководство по сельскому туристскому бизнесу» в двух частях;

- в средствах массовой информации освещается положительный опыт по организации сельского туризма. В том числе в популярном журнале «Алтай - знакомое и неизвестное»;

- ряд турфирм высказали свою заинтересованность в продвижении и реализации нового вида для них туристских услуг;

- в результате проведенной работы отмечается заинтересованность местных жителей сельским туризмом. В этом году несколько новых гостевых домов будут готовы принять отдыхающих.

- Проводились выступления по данной тематике на научных конференциях в городах Барнауле и Бийске.

Программой предусмотрено создание Инфраструктуры управления сельским туризмом региона. На слайде представлена структура управления и отмечено взаимодействие субъектов сельского туризма, как на краевом, так и муниципальном уровнях. Как показывает опыт зарубежных стран и субъектов Российской Федерации, где в последнее время активно развивается туризм, эффективным является создание единого координационного органа управления сельским туризмом. Таким управляющим органом определен «Центр сельского туризма Алтайского края» совместно с краевым сельскохозяйственным потребительским кооперативом «Алтайагротурсервис».

В заключении необходимо отметить, что ресурсы для развития в Алтайском крае сельского туризма весьма разнообразны:

- в крае одни из самых благоприятных природно-климатических условий в Сибири;

- разнообразные ландшафты природных зон края, позволяющие организовать конные, пешие, велосипедные маршруты по окрестностям сел;

- в крае богато и разнообразно представлены объекты исторического и археологического характера, каждый из которых являются предметом экскурсионного показа туристам;

- в Алтайских селах сохранены добрые национальные традиции. Этнические особенности хозяйствования в быту, представленные в усадьбах русских, немецких, украинских, белорусских, казахских семей;

- существенным дополнением является наличие казачьей составляющей алтайских сел с их колоритной национальной особенностью;

- из алтайского села в большую жизнь вышли многие замечательные люди, составляющие гордость и славу России. Временем закрепились традиции паломничества к их родовым истокам; (Василий Макарович Шукшин, Герман Степанович Титов, Роберт Иванович Рождественский, Иван Александрович Пырьев, Екатерина Федоровна Савинова, Михаил Сергеевич Евдокимов, Валерий Сергеевич Золотухин);

- знатные алтайские земледельцы, животноводы, садоводы и успешные сельские предприниматели, вызывают познавательный интерес у туристов (Александр Гуков, Николай Апасов, Владимир Устинов и многие другие).

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА В РФ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ОПЫТА АНДОРРЫ И ХОРВАТИИ

Матвейко Я.Ю. - студент, Биттер Н.В. - к.п.н., доцент

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

Современное развитие туризма в России характеризуется наличием глубоких противоречий в его организационной структуре, в направленности развития, в состоянии качественных и количественных характеристик. С одной стороны, современное состояние туризма в России расценивается как кризисное, связанное с резким падением достигнутых ранее объемов предоставления туристских услуг, сокращением материальной базы туристской отрасли и значительным их несоответствием потребностям населения в туристских услугах. С другой стороны, отмечаются высокие темпы строительства туристских объектов, отвечающих самым высоким мировым стандартам [2, с. 45].

В результате проведенного нами исследования был изучен опыт Андорры и Хорватии в сфере развития туризма.

Анализ туристского рынка в каждом туристском регионе мира освещает историю развития, текущее состояние и будущее мирового туристского сектора. В Андорре сложилась и стабильно развивается индустрия туризма, располагающая довольно богатой материальной базой, обеспечивающая занятость миллионов людей и взаимодействующая почти со всеми отраслями хозяйства. Можно выделять следующие факторы, успешно влияющие на формирование туристских потребностей в этой стране:

- природные факторы Андорры (горнолыжный туризм);
- культурно-исторические факторы Андорры;
- социально-экономические факторы Андорры (шоп-туры) [3].

Страна обладает значительными природными достопримечательностями, основными являются Пиренейские горы, что привело к развитию горнолыжного туризма. На основе существующей ресурсной базы созданы многочисленные курорты (Пал, Аринсаль, Сольдеу-Эль Тартер, Ордино, Пас де ла Каса-Грау Рог). Туристы могут воспользоваться услугами школ горнолыжного катания расположенных там же [4].

Нами разработан ряд рекомендаций по развитию горнолыжного отдыха с учетом опыта Андорры.

Во-первых, анализ развития горнолыжного туризма в Андорре показал, что наибольшее свое развитие он получил, когда привлекли иностранный капитал и снизили налоговые льготы. Поэтому на наш взгляд следует выделить и аккумулировать кредиты на развитие туризма от других кредитов.

Необходимо привлечь иностранные инвестиции, предоставляемые в форме финансового или иного материального и нематериального участия в уставном капитале совместных предприятий, а также в форме прямых вложений (в денежной форме) международных организаций и финансовых институтов, государств, предприятий и организаций различных форм собственности и частных лиц. Планировать и эксплуатировать трассы туристских маршрутов с условием установления квот на пользование природными ресурсами. Снизить налоги, так как это должно повлечь снижение стоимости отдыха в нашем регионе.

Следует уделить внимание сохранению природных ландшафтов.

Следует уделить внимание строительству подъемников и горнолыжных трасс, и созданию поддерживающей их инфраструктуры отдыха и развлечений.

Отметим, что в Андорре самые безопасные туристские горные дороги. Есть защита от камнепадов, на наш взгляд это стоит использовать в нашем регионе и в РФ в целом.

Необходимо возведение туристских комплексов и создание надежной системы безопасности.

Также нами был изучен опыт Хорватии. В настоящее время в Хорватии представлены многие виды туризма, развита система гостеприимства, широко развивается пляжный, островной отдых. В настоящее время, пытаясь привлечь туристов, экскурсантов, власти Хорватии стремятся повысить престиж своей страны. Для этого здесь организуются всевозможные мероприятия. Так, уже в пятнадцатый раз летом в городе Умаг проводится открытое первенство Хорватии по большому теннису с участием известных международных спортивных звезд [5, 1, с. 87].

Проанализировав проблемы сферы туризма и гостеприимства в России, мы предлагаем следующие мероприятия, направленные на развитие инфраструктуры и материальной базы туризма и гостеприимства в России:

- налаживание связей между туристской инфраструктурой и другими отраслями народного хозяйства: развитие транспортной инфраструктуры, восстановление парков, здравоохранение, экология, связь, общественное питание и т.д.;
- из опыта Хорватии следует использовать опыт размещения гостиниц, баз отдыха в национальных парках, но при этом следует уделить внимание вопросу сохранения национальных достояний;
- реконструкция и строительство гостиниц среднего и малого класса (3 звезды), развитие туристской индустрии для лиц со средним уровнем дохода (внутренний туризм);
- развитие сельского туризма, в частности в Алтайском регионе, это наиболее доступный вид отдыха;
- использование опыта Хорватии в распространении хостелов (молодежных общежитий);
- строительство мотелей на основных въездных трассах;
- создание транспортных терминалов международного уровня;
- развитие сети спортивных сооружений и конгрессно-выставочных центров;
- наибольший интерес представляет использование опыта Хорватии в островном отдыхе, относительно Алтайского региона это является создание небольших домов кратковременного пребывания на островах Оби;
- поручить регулирование управлением предприятий гостеприимства Ассоциации гостеприимства. При классификации гостиниц в разных странах используются различные системы. Введению единой классификации гостиниц в мире препятствует ряд факторов, связанных с различным уровнем экономического развития, культурно-историческим развитием государств, осуществляющих туристскую деятельность, их национальными особенностями, различиях в критериях оценки качества обслуживания и т.д. Наиболее распространенной является система классификации гостиниц по звездам;
- развитие туристской инфраструктуры должно идти за счет нового строительства.

Как показал проведенный анализ, у России есть объективные возможности увеличить свое участие в международном туризме: экономический рост, признаки которого уже можно наблюдать, есть перспективные направления развития въездного туризма, определены проблемы законодательно-правового характера, проблемы привлечения инвестиций, проблемы улучшения туристской инфраструктуры, в частности, средств размещения и др.

Список литературы:

1. Акулинина, В. С. Хорватия – «звезда» сезона, или причины завоевания туристского рынка России. [Текст] / В. С. Акулинина. ОмГПУ – Омск. - 2003. – С. 16-18.

2. Александрова, А. Ю. Экономика и территориальная организация международного туризма. / А. Ю. Александрова. [Текст] – М.: МГУ, 1999. – 409 с.
3. Андорра. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.fortynagtg.ru/andorra.html> – Загл. с экрана.
4. Европейский туризм в 2010 г.: общие направления и перспективы (I квартал 2010 г.) [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://lexandbusiness.ru> – Загл. с экрана.
5. Хорватия: страна со старыми туристическими традициями. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ice-nut.ru/croatia/croatia014.htm>. – Загл. с экрана.

ДОМАШНИЙ ТРУД И ДОМАШНИЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОЙ ЖЕНЩИНЫ

Набокова А.А. – студент, Гокк С.А. – к.п.н., доцент

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

Издавна уделом женщин являлось забота о доме, о семье. Поддержание уюта, быта и чистоты в доме было их основополагающей обязанностью. Домашний труд считают однообразным, утомительным, малопродуктивным и не творческим, а главное – требующим много времени. Сложившаяся на протяжении многих веков культура ведения домашнего хозяйства была ориентирована, в основном, на неработающую женщину.

По данным исследований, на сегодняшний день средняя совокупная трудовая и домашняя нагрузка женщин составляет около 80 часов в неделю [2]. Практически, после рабочего дня на производстве женщина вынуждена отработать еще одну рабочую смену в домашнем хозяйстве, причем зачастую в ущерб себе, своим увлечениям, совместному семейному времяпрепровождению.

По результатам проведенного нами в январе 2012 года опроса, в котором приняло участие 150 работающих женщин г. Барнаула, выяснилось, четверть опрошенных тратит только на уборку квартиры больше 8 часов в неделю. В то же время 45 % опрошенных женщин отметили, что тратят на уход за собой не более 15 минут в день. При этом 60 % из них посчитали, что времени для поддержания чистоты в доме им катастрофически не хватает, из-за чего они ощущают неудовлетворенность собой, раздражение.

В этой связи возникают закономерный вопрос: как увеличить эффективность домашней работы за то время, которое женщина тратит на домашнее хозяйство?

Сегодня в распоряжении женщин имеется богатый арсенал технических устройств, так называемой бытовой техники, которой оснащен каждый современный дом: моющие пылесосы, пылесосы-роботы, стиральные машины-автоматы, хлебопечи и другие. Однако подчеркнем, что данные о количестве времени на домашнюю работу, которое тратили женщины несколько десятилетий назад, и полученные в результате нашего опроса, принципиально не различаются. Все средства, которые женщина применяет, по сути, ещё сильнее привязывают её к домашнему миру. Она становится рабыней дома, бытовых приборов, за которыми тоже нужно ухаживать, которые нужно подготовить к работе, сложить и убрать после эксплуатации.

В последние годы буквально революционный переворот в домашнем хозяйстве произошёл благодаря использованию технологии, получившей название «Flay Lady». Эта технология – не новая на Западе, уже успела завоевать огромную популярность не только у американских домохозяек, но и у студентов, а также у работающих женщин и даже мужчин во многих странах мира. Российские женщины гораздо позднее познакомились и оценили все преимущества «Flay Lady».

Автором системы является американская домохозяйка Марла Силли, которая уже 10 лет практикует эту технологию. Не ставя целью, подробное описание технологии, назовем лишь ее основные принципы:

- избавление от хлама.

- ведение Контрольного Журнала – это особая система контроля над ежедневной деятельностью. Это может быть просто блокнот или тетрадка, где сводятся воедино все повседневные дела.

- соблюдение Утреннего Ритуала – это несколько дел, которые нужно выполнить, встав утром.

- выполнение Вечернего Ритуала – это несколько дел, которые нужно сделать, перед тем как лечь спать.

- делать понемногу каждый день. Помнить постулат «Ваш дом стал грязным не за один день, и он не станет чистым за одну ночь». Марла Силли рекомендует запомнить и выполнять 11 правил «Flay Lady»:

1. Следить за тем, чтобы кухонная раковина сияла.
2. Каждое утро одеваться, обуваться, приводить себя в порядок.
3. Выполнять Утренний Ритуал, как только встали. И Вечерний – всякий раз перед сном (речь идет об утренних и вечерних планах).
4. Не отвлекаться на компьютер.
5. Убирать за собой. Каждую взятую вещь следует положить на место после того, как нужда в ней отпала.
6. Не пытаться браться сразу за два дела сразу.
7. Не вытаскивать больше вещей, чем смогли бы сложить за один час.
8. Делать что-нибудь для себя каждый день.
9. Стараться быстрее покончить с работой.
10. Улыбаться.
11. Не забывать каждый день смеяться и баловать себя [4].

Создательница этой технологии считает, что система поможет не только сэкономить время, но и избавит женщину от чувства вины и комплекса неудачницы. Хлам исчезнет из дома, дом будет чистым, жизнь изменится навсегда.

Сегодня на форумах в Интернете идет активное обсуждение практического применения данной технологии русскими женщинами, которые называют себя «Леди Пчелка» по аналогии с «Flay Lady» («летающая леди») [1].

Нами была поставлена задача – проверить эффективность рекомендаций «Flay Lady». С этой целью нами был разработан и проведен эксперимент, в котором приняли участие 15 женщин. Все респонденты – работающие замужние и незамужние женщины, в возрасте от 18 до 45 лет с детьми, проживающими с ними, тратящие на домашние заботы в среднем не менее часа ежедневно. По специально разработанной нами инструкции они должны были в течение 3 месяцев вести домашнее хозяйство в соответствии с правилами «Fly Lady».

Результаты эксперимента показали, что 30 % опрошенных согласились, что в их доме стало заметно чище, 45 % женщин отметили, что у них появилось ощутимо больше свободного времени, 25 % заметили, что они стали меньше тратить времени на уборку в выходной день, 45 % ответили, что готовы и дальше использовать систему «Flay Lady» для ведения своего домашнего хозяйства. Полученные результаты убедили нас в том, что положительные отзывы тех, кто использует «Flay Lady» для ведения домашнего хозяйства, не преувеличены и обоснованны.

Однако конечной целью нашего эксперимента являлась разработка коррективов, которые необходимо внести в систему, которые будут отражать особенности русского менталитета, специфику трудовой занятости российских женщин.

Следующий шаг нашего исследования будет заключаться в разработке программы популяризации методики среди домохозяек нашего города, особенно среди женщин, доля занятости домашней работой которых особенно велика (это женщины с двумя и более детьми в возрасте до 12-14 лет). Нами планируется подготовить и распространить буклеты о системе «Flay Lady» через Центры социального обслуживания семьи и детей г. Барнаула, службы семейного консультирования; органы ЗАГСа. Кроме того, нами будет организовано бесплат-

ное консультирование и обучение женщин ведению домашней работы согласно рекомендациям «Flay Lady».

Таким образом, овладение основными правилами домашней технологии «Flay Lady» может поддерживать дом в чистоте, научит быстро и качественно справляться с домашними делами, правильно организовывать домашнее хозяйство, в конечном итоге, позволит экономить время для таких важных с социальной точки зрения дел, которыми сегодня для современной российской женщины должны быть: рождение и воспитание детей, организация совместного семейного досуга, восстановление межпоколенных родственно-семейных связей, укрепление брачно-семейной идеологии.

Список литературы:

1. Леди Пчёлка (по следам Flay Lady) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://archives.maillist.ru/77178/1559186.html>. – Загл. с экрана.
2. Бабаева, Л. Женский бизнес [Электронный ресурс] / Л. Бабаева. – Режим доступа: http://seytuw31.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=575&Itemid=63 – Загл. с экрана.
3. Резник, С.Д. Управление семейной экономикой : учеб. пособие / С.Д. Резник, В.А. Бобров. – М., 2003. – 468 с.
4. Силли, М. Летающая домохозяйка / Марла Силли. – М. : Амфора, 2007. – 191 с.

УПРАВЛЕНИЕ СФЕРОЙ ТУРИЗМА ЗАПАДНОЙ СИБИРИ В 2005-2011 ГГ.

Нехорошкова Н.Г. - студент, Бовтун В.С. – д.и.н., профессор,

Романовская И.В. - к.и.н., доцент

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

Период 2005-2011 гг. ознаменовал этап совершенствования нормативно-правовой базы в развитии туризма на территории Западной Сибири. В это время продолжался процесс переоценки ситуации и поиск новых подходов к решению проблем развития сферы туризма. Появились первые результаты принятых в предыдущий период программ, концепций, стратегий. Стало очевидно, что необходимо принятие эффективных мер по развитию туризма со стороны органов власти и управления. Структурные изменения в обществе, кризисные явления на территории практически всей страны, тенденция экономической специализации отдельных регионов диктовали необходимость создания общей стратегии регионального развития, с другой стороны назревала потребность обозначения точек роста социально-экономического развития в конкретно существующих отдельных регионах. Особое внимание следовало обратить на систему взаимодействия региональных органов государственной власти с органами местного самоуправления, субъектами туристской деятельности и частными инициативами. В связи с необходимостью формирования в регионах Сибири единой государственной политики в сфере развития туризма, создания современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса, превращения Сибири в туристский центр, комиссией по туризму Координационного совета по внешним связям Межрегиональной ассоциации «Сибирское соглашение» была разработана Концепция развития отрасли туризма Сибири на 2005-2010 годы [1] и другие основополагающие документы. Концепция стала важным документом, содержащим стратегию, нацеленную на развитие въездного туризма.

Насколько интенсивно, технологично и результативно будет развиваться тот или иной сектор экономики на территории сибирских регионов напрямую зависит от создания эффективной структуры управления.

В деятельности Ростуризма большое внимание отводится работе по созданию в регионах России благоприятных условий для развития туристской индустрии, в том числе путем реализации программ и проектов в области государственно-частного партнерства [2]. Каждый регион как потенциальная зона развития туризма имеет реальные особенности и отличия в

туристских ресурсах и инфраструктуре, развитии экономики и внешнеэкономической деятельности, менталитете и уровне потребностей населения, демографических и миграционных процессах и пр. Поэтому в основе региональной политики туризма лежит учет специфики регионов в общероссийской структуре, уровень развития местного самоуправления, проблем охраны и восстановления природных и историко-культурных туристских ресурсов.

Меняющаяся социально-экономическая ситуация диктует необходимость изменения структуры органов исполнительной власти. В регионах Западной Сибири появляются новые органы исполнительной власти. К примеру, управление по развитию туристско-рекреационного и санаторно-курортного комплексов, а также Главное управление экономики и инвестиций Алтайском крае, Министерство туризма и предпринимательства в Республике Алтай, Совет по туризму при Губернаторе в Новосибирской области, координационный совет по развитию туризма и гостеприимства Томской области [3].

Помимо долгосрочных и комплексных программ, отражающих вопросы развития туризма в крае, принимаются краткосрочные, реализация которых должна способствовать укреплению материальной базы туристской отрасли, росту вместимости и комфортабельности средств размещения туристов, расширению разнообразия туристских маршрутов. По сути, основные цели краткосрочных программ созвучны тем, которые зафиксированы в долгосрочных, это формирование туристского комплекса, увеличение туристского потока и налоговых поступлений в областной бюджет от туристской отрасли, однако краткосрочные программы способны обеспечить большую гибкость в системе координирования и управления отраслью.

В целом, на настоящем этапе развития туризма в сфере управления сформировалось три основных направления развития. Во-первых, это создание федеральных органов исполнительной власти, призванных осуществлять государственное регулирование в сфере туризма, во-вторых, формирование структурных подразделений законодательной власти в субъектах Российской Федерации. И, наконец, в-третьих, создание системы общественного самоуправления туристской отрасли. Традиционно органы управления в процессе развития туризма играют в нем главную роль, а предпринимательский сектор задействован частично, поскольку он не может покрыть потребность в крупных инвестициях для развития основных элементов туристской инфраструктуры. Однако опыт свидетельствует о том, что при правильно сформированной структуре, использование механизмов государственно-частного партнерства чрезвычайно выгодно как для государственного, так и для частного сектора, и в особенности для населения. Для Западной Сибири, значительная территория которой затрудняет процесс предоставления общественных услуг, государственно-частное партнерство может стать решением проблем в области инфраструктуры и улучшения предоставления общественных услуг. Использование механизмов государственно-частного партнерства значительно возросло в период 2005-2010 гг. ввиду того, что государственный и частный сектор ведут совместную работу по развитию и модернизации важных объектов инфраструктуры. Необходимо отметить, что на федеральном уровне в основном создана достаточная законодательная база для реализации разных форм государственно-частного партнерства, а также оформлены различные институты механизма реализации такого партнерства. На сегодняшнем этапе развитие особых экономических зон в западносибирском регионе является примером осуществления программ государственно-частного партнерства.

Параллельно идет процесс создания системы общественного самоуправления отрасли. В период 2005-2011 гг. образуется все больше новых туристических союзов и ассоциаций. Помимо этого в уже действующих организациях намечаются структурные изменения, свидетельствующие о все более возрастающей роли туризма. Так, решением от 20 июля 2006 года № 2 на 52-м Совете Межрегиональной Ассоциации «Сибирское Соглашение» в целях развития туризма в Сибирском регионе был создан Координационный совет по туризму, который стал общественным совещательно-координационным органом по направлению туристской деятельности ассоциации. На заседаниях совета рассматриваются многие актуальных вопросы, к примеру, на заседании 5 апреля 2012 года в Красноярске был рассмотрен ряд актуаль-

ных вопросов, таких как формирование единого бренда «Сибирь» для представления на международных туристских выставках, создание саморегулируемых организаций в туризме. Помимо этого Министр туризма и предпринимательства Е.В. Ларин выступил с докладом по обеспечению безопасности туристов на примере Республики Алтай [4]. Алтайская Региональная Ассоциация Туризма, Региональный Отраслевой Союз Туриндустрии Сибири, Кузбасская Ассоциация предприятий Туристской Индустрии, Южно-Кузбасское некоммерческое партнерство Туристской Индустрии, «Южкузбасстуриндустрия» Новосибирская Ассоциация Туристических Организаций, Омская Ассоциация Туристических агентств, Некоммерческое партнерство Томских туристических организаций успешно продолжают свою деятельность в рамках обеспечения защиты прав и представления общих интересов их участников в государственных органах и органах местного самоуправления, а также во всероссийских и международных организациях; создания в регионе цивилизованного туристского рынка; защиты коллективных интересов участников и прав обслуживаемых ими туристов; поддержки создания новых турпродуктов и продвижения новых туристических направлений; содействия информационного обмена в сфере туризма.

Таким образом, период 2005 – 2011 гг. ознаменовал положительные сдвиги в сторону поддержки и развития туристской отрасли со стороны властей западносибирского региона, при непосредственном участии федеральных органов. Стоит отметить, что региональные органы управления туризмом субъектов региона относятся к различным административным структурам, в результате чего отсутствует четкая отраслевая вертикаль власти, что не способствует конструктивному взаимодействию федеральных и региональных органов управления туристской отраслью и является негативным фактом при создании целевых программ. В данном случае ответственность за выполнение целевых программ распределяется между различными структурами. Отсутствие комплексности в организации, управлении и координации туризмом оставляет нерешенными имеющиеся проблемы. Так, комитет по туризму ставит цель увеличить туристские потоки в регион или количество средств размещения, комитет по налогам и сборам увеличивает процентные ставки на имущество, а комитет по транспорту повышает цены на пассажирские перевозки [5].

Проблемы и факторы, обуславливающие негативное влияние, сдерживающие развитие отрасли туризма в западносибирском регионе: долгий информационный вакуум, обусловленный исторически сложившимися факторами; отсутствие четкого позиционирования сибирского региона в российском и международном информационном пространстве; инфраструктурные проблемы, разрушение системы руководства отраслью; крайне медленный темп роста организации совместных и смешанных предприятий с участием зарубежных инвесторов; удаленность от основных западноевропейских столиц; поездки в сибирские регионы связаны с авиационным транспортом, что резко увеличивает их стоимость; недостаток квалифицированных кадров высшего и среднего звена, способных работать в новых экономических условиях; устойчивое общественное мнение о туризме, как об узкой сфере отдыха людей и др.

Для изменения такого положения дел властям региона совместно с представителями местного туристского бизнеса необходимо произвести полную инвентаризацию туристских ресурсов региона, создать нормативно-правовую базу, регулирующую отношения в туристской отрасли, а также разработать комплекс мер по созданию положительного образа региона для туризма на внутреннем и международном рынках. И в первую очередь следует развивать инфраструктуру. По мнению полномочного представителя Президента РФ в Сибирском федеральном округе, В.А. Толоконского, развитие транспортных коммуникаций и особые экономические и налоговые условия для инвесторов станут основой развития внутреннего туризма, развивать туризм трудно, если нет авиасообщения и хороших дорог [6].

Список литературы:

1. Бовтун И.В. Управление сферой туризма в Западной Сибири 1980-2005 гг.//. Ползуновский вестник. – 2006. - № 4. - С. 200.

2. Ярочкин А.И. Основные направления деятельности Ростуризма по реализации государственных услуг и правоприменительных функций в сфере туризма / Ярочкин А.И. // Туризм: право и экономика. N 4, 2009.

3. Постановление Администрации Алтайского края от 03.07.2009 г. N 292 «Об утверждении положения о Главном управлении экономики и инвестиций Алтайского края»; Постановление Коллегии Администрации Кемеровской области от 02.07. 2007 N 185 Программа «Молодежь Кузбасса. Развитие спорта и туризма в Кемеровской области" на 2008 - 2010 годы»; Распоряжение главы Администрации Томской области от 5 декабря 2006 г. N 647-р «о Координационном совете по развитию туризма и гостеприимства в Томской области».

4. Заседание Координационного Совета по туризму Межрегиональной ассоциации «Сибирское соглашение» [Электронный ресурс] / Официальный сайт Министерства туризма и предпринимательства Республики Алтай — Режим доступа: <http://mtpi.altai-republic.ru/index.php>.

5. Бовтун И.В. Управление сферой туризма в Западной Сибири 1980-2005 гг. // Ползуновский вестник. — 2006. - № 4. - С. 203-204.

6. Основа развития внутреннего туризма – это развитие транспортных коммуникаций [Электронный ресурс] / Информационное агентство «ТурМаяк». — Режим доступа: <http://turmayak.ru/news/news-tur/3484-tolokonskij-o-turisme.html>.

ЗНАЧЕНИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Павельева Н. – студент, Евстигнеева О.В. – доцент

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

Малое и среднее предпринимательство - неотъемлемый элемент современной рыночной системы хозяйствования, без которого экономика и общество в целом не могут эффективно развиваться.

Говоря о роли малого и среднего бизнеса, следует подчеркнуть, что малые и средние предприятия – это побочная сфера экономики. Малый и средний бизнес ограниченно включается в хозяйственную структуру, конкурентную среду и в общественное разделение труда. Причем роль его в современной динамичной жизни неуклонно возрастает. Как показывает опыт развитых стран, если в прошлом малые предприятия создавались, как результат стремления многих открыть собственное дело, то в настоящее время создание малых и средних предприятий нередко иницируется крупными компаниями, которые поручают им вести отдельные виды производства или устанавливать тесные связи с рынком.

Роль малого и среднего бизнеса в рыночной экономике велика. Без него рыночная экономика не может функционировать и развиваться в полной мере. Становление и развитие его является одной из основных проблем экономической политики в условиях нормального функционирования рыночного механизма. Малый бизнес в рыночной экономике - ведущий сектор, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта.

Малый и средний бизнес не противостоит крупным компаниям, а тесно взаимодействует с ними, участвует в ускорении инновационного процесса и в структурной перестройке народного хозяйства. Развитие малого и среднего бизнеса способствует возрождению народных промыслов, «отсеву» нерентабельных и убыточных предприятий, рациональному использованию небольших местных источников сырья и отходов крупных производств, формированию конкурентной среды на рынках факторов производств.

Роль малого и среднего бизнеса для развития экономики России нельзя оценивать традиционным образом, например, только по количественным показателям; такая оценка будет поверхностной. Малый и средний бизнес характеризуется как особый сектор общественного производства, удельный вес которого весьма незначителен.

Другими словами, малый и средний бизнес - достаточно сложное и неоднородное образование, каждый сегмент которого имеет свои проблемы и нуждается в специфических моделях взаимодействия с государством. Между тем, сегодня государственная политика в отношении малого бизнеса строится на основе самых общих и формальных представлений. С одной стороны, правительство вроде бы признает, что малый и средний бизнес нужно развивать и поощрять просто потому, что так принято в развитых странах. С другой - малое и среднее предпринимательство воспринимается чиновниками как часть податного сословия, главной обязанностью которого является наполнение бюджета.

Эффективно функционирующий малый и средний бизнес может обеспечить экономике страны необходимую насыщенность и мобильность рынка, тенденцию к устойчивости цен, повышение качества продукции, вследствие ценовой и неценовой конкуренции, ускорение процесса внедрения новых технологий, среду конкуренции, которой недостаточно для крупных монополистов-гигантов, глубокую специализацию и кооперацию, среду и дух предпринимательства, без которых рыночная экономика невозможна.

Малое и среднее предпринимательство, оперативно реагируя на изменение конъюнктуры рынка, придает рыночной экономике государства необходимую гибкость. То есть малый и средний бизнес создает такие экономические условия, без которых немыслима высокая эффективность рынка. Наконец, создание этого сектора экономики - позитивная альтернатива подпольному бизнесу, устраняет его монопольное положение на рынке путем совершенствования юридических условий деятельности легально работающих малых и средних предприятий.

Очевидно, что любая страна нуждается в развитом малом и среднем предпринимательстве, поэтому необходимо дать свободу для развития таких предприятий. Для страны таких масштабов как Россия малый и средний бизнес не может стать основой экономики, но в наших условиях он может стать связующим звеном, которое обеспечит бесперебойную работу крупных промышленных предприятий и эффективное функционирование рыночной экономики России в целом.

Список литературы:

1. Кавеев, Х. Роль и место малых предприятий в экономике РФ // Власть, №8-9, 2008 г.
2. Волконский, В.А. О роли малого и среднего бизнеса в России и За рубежом / В.А. Волконский, Ю.К. Крюков // Экономика и математические методы. – 2005. – Т.41, №1.
3. Изряднова, О. Малое предпринимательство в России: состояние и проблемы / О. Изряднова, Е.Фомина, Д.Казанцев. // Журнал "Российская экономика: тенденции и перспективы", 2009.- № 7. - С. 52-57.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Петрова Н.В. – студент, Колупанова И.А. – к.и.н., доцент

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

Социальный туризм в современном мире вошёл в обычный стандарт жизнеобеспечения, выполняя при этом экономические и гуманитарные функции. В условиях функционирования Российского рынка, услуги социального туризма ещё не стали доступны всем слоям населения. В связи с этим происходит усиление разделение, дифференциации общества, что влечет за собой проблемы возникновения различных социальных конфликтов.

Главной задачей функционирования системы социального туризма является забота о малообеспеченных людях с учетом их возраста, здоровья, социального положения [6].

Социальным туризмом в нашей стране и ряде других стран мира принято называть любой вид туризма, который оплачивается из средств, направленных на социальные нужды. Социально экономический туризм призван для создания малообеспеченной части населения (молодёжи и школьникам, инвалидам и пенсионерам) достойных условий для отдыха и пу-

тешествий. Субсидии на данный вид туризма могут выделяться не только государством, но и различными фондами (государственными и негосударственными), а также разными благотворительными организациями.

Как показывает мировой опыт, организации подобного рода, т.е. решающие важную для общества и конкретной территории социальную задачу, должны финансироваться на паритетных началах: как за счет государства, так и путем самостоятельного поиска средств через партнерства, спонсорство, оказание платных услуг и пр. Важно отметить, что на старте доля государства должна быть близка к 100%, а по мере становления организации постепенно снижаться до 50%.

Важно подчеркнуть, что социальный туризм – это не только помощь пенсионерам, но и вклад в развитие, и продвижение территорий. Это и рабочие места, и доходы отелей, кафе, сувенирных лавок, музеев, церквей, такси и т.д. Конечно, пенсионеры не склонны тратить большие средства во время своих поездок, но в любом случае это живые деньги, и эти деньги вкладываются в развитие российских территорий.

Еще один немаловажный момент: развитие социального туризма благоприятно сказывается на имидже власти города или региона [2].

В странах европейского союза социальный туризм ассоциируется с социально-уязвимыми слоями населения, которое не позволяет получать высококачественные туристские услуги. Это категория граждан нуждается в льготах социального характера [6].

Социальный туризм получил широкое развитие в Европе. Общедоступность + дешевизна = высокий спрос и крайне быстрая окупаемость. Такая формула вполне устраивает и государство, и самих граждан. К примеру, Германия. Здесь популярна сеть христианских отелей, которая обслуживает инвалидов. Затраты на сервис покрывает специальный фонд.

Минусы социального туризма:

- низкое или среднее качество обслуживания,
- низкий уровень квалификации обслуживающего персонала,
- туристы, пользующиеся социальной поддержкой, не способны тратить много денег на товары и сопутствующие услуги. Отсюда — не развивается инфраструктура и индустрия развлечений[5].

Даже если не рассматривать благополучную Европу, а взять Индию с далеко не самым высоким уровнем дохода, мы увидим, что в этой стране действуют скидки на проезд в поездах для пенсионеров, причем не только своей страны, но и гостей из-за рубежа. Кроме того люди старшего возраста получают приоритетное право на нижние спальные полки [4].

В Испании, например, работает Программа социального туризма, позволяющая ежегодно свыше 1 млн. пенсионеров совершать групповые поездки в «несезон». А в Великобритании – программа «Семейный отдых», цель которой сделать так, чтобы отдых малообеспеченных семей не отличался от отдыха более обеспеченных [1].

Одной из самых распространенных форм социального туризма во Франции является сельский туризм. Люди среднего достатка имеют возможность проводить отпуска и уик-энды на природе – в провинции, снимая недорогой домик в деревне или на ферме. Развитие этой идеи привело к созданию мощной ассоциации «Деревни-семьи-отпуск», которая владеет 185 объектами отдыха по всей стране. В их числе – коттеджи сезонного типа, молодежные лагеря, кемпинги, домики в горах для больших семей. Ассоциация существует на взносы пайщиков, которые она пускает в оборот, используя доход для расширения базы социального туризма [7].

Наши соотечественники начали более активно путешествовать, согласно данным Ростуризма. Однако факт того, что туристический поток возрос, вовсе не означает, что теперь большее количество людей могут себе позволить путешествовать. Все дело в том, что многие из привычных мест для путешествий за границей, на данный момент небезопасны для пребывания туристов, поэтому отечественные туристы были вынуждены открывать для себя отечественные курорты. Согласно разным оценкам, на сегодняшний день, только 2-5 процентов наших соотечественников могут себе позволить, отправится в путешествие.

По оценкам отечественных экспертов РФ насчитывается около 35 млн. пенсионеров и инвалидов. По некоторым экспертным данным, в 2009 из их числа на социальную помощь на проведение отдыха получили всего 160 тыс. человек [6].

И вот тут, государство и намеренно прийти на помощь социально незащищенным слоям населения. Для этой цели, властями столицы предусмотрено выделение 1,2 миллиардов рублей в отрасль туризма. Данные деньги предусмотрены для освоения в течении четырех лет, с 2012 по 2016 года.

Есть в России регион, который лидирует по количеству людей, отдохнувших по программе социального туризма. Это Башкирия, где прошел всероссийский форум, посвященный социальному туризму. В уходящем году в Башкирии на социальный туризм было выделено 37 млн. рублей, благодаря которым отдохнули около 3 тысяч жителей республики. Деньги на программу развития социального туризма выделяются из регионального бюджета.

Кто же сможет воспользоваться данной программой по социальной помощи? Этой программой смогут воспользоваться люди, которые относятся к льготной категории населения, курирующихся социальными службами. К ним, относятся дети из многодетных семей, дети-сироты, ветераны и пенсионеры.

Однако же, сколько еще остается россиян, которые не подпадают под категорию “социально незащищенных”, однако точно так же не могут себе позволить отдых не только за границей, а и даже на территории Российской Федерации [3].

Поскольку организациями социального туризма извлечение прибыли как цель не ставится, а общая тенденция в развитии международного туризма направлена на предоставление туристских услуг все более высокого качества, то учреждения социального туризма сталкиваются в последнее время со значительными трудностями, которые включают явления разного порядка:

- проблемы создания новой или адаптации к современным требованиям существующей материальной базы социального туризма;
- отсутствие надлежащей законодательной и нормативной базы;
- информационные и психологические проблемы, с которыми сталкиваются отдыхающие в системе социального туризма;
- растущие стандарты качества обслуживания социального туризма;
- формы оказания материальной помощи клиентам социального туризма и ряд других проблем.

Что касается форм оказания материальной помощи лицам, пользующимся услугами социального туризма, то одна из них - отпускные чеки, которые можно использовать при покупке турпродукта. Они получили в некоторых странах Европы достаточно широкое распространение. Так, системой отпускных чеков во Франции занимается Французская национальная ассоциация отпускных чеков, в Швейцарии - Швейцарская касса путешествий [6].

В Алтайском крае на развитие социального туризма могут повлиять также по сотрудничеству в сфере экономики, торговли, культуры, туризма на трансграничной территории, так как край входит в состав Большого Алтая или Алтайского экорегиона, занимающий приграничную территорию четырех стран: России с её субъектами (Алтайский край, Республика Алтай), Казахстана (Восточно-Казахстанская область), Китай (Сыньцзян – Уйгурский автономный район) и Монголии (Ховдский, Баян – Ульгийский аймаки) [7].

На сегодняшний день есть огромный перечень изданий (печатных и электронных), посвященных путешествиям. Однако в случае с аудиторией пенсионеров мы имеем целый ряд препятствий, мешающих вовлечению старшего поколения в туризм. Во-первых, существует стереотип «Я уже стар(а) в турпоездки ездить. Мне уже на тот свет пора», и для отработки этого стереотипа потребуется отдельная информационная работа. Во-вторых, для этой целевой аудитории характерны некоторые проблемы в получении необходимой информации:

- Немногие пенсионеры могут себе позволить приобрести тематические издания о туризме. Большинство читает только бесплатные газеты из почтовых ящиков.

- Наученные горьким опытом недобросовестной рекламы пенсионеры с опаской относятся к тому, что пишут в рекламных изданиях.
- Очень малая доля пенсионеров освоила Интернет и может пользоваться электронными ресурсами, чтобы подобрать себе тур.
- Пенсионеры зачастую стесняются сами прийти в турагентство, чтобы узнать все интересующие их подробности.
- Пенсионеры, особенно одинокие, боятся мошенников, а потому предпочитают вообще отказаться от каких-либо непонятных им предложений.
- Многим пенсионерам трудно и лень далеко ехать, чтобы получить необходимую информацию, т.е. желательно получать разъяснения по турам недалеко от дома [4].

Так же необходимо отметить тот факт, что развитие “социального туризма” в России принесет благо не только тем, кто сможет воспользоваться подобной льготой на бесплатный отдых, а и участникам туристического бизнеса, которые будут предоставлять места в своих пансионатах и домах отдыха. Ведь они смогут получить клиентов не только в наиболее “жаркое время сезона, а в “низкое” время также, причем, оплачиваться места будут по коммерческой цене без скидок.

Правительством России отмечается, что главной целью данной программы по развитию социального туризма в стране, состоит не только в том, что бы было охвачено как можно большее количество россиян, из мало защищенных слоев общества, а и в том, что бы предоставить им отдохнуть точно так же качественно и хорошо, как и при покупке “коммерческой” путевки на отдых [3].

Социальный туризм может, действительно, стать приоритетом национального туристического развития, если меры по его реализации будут носить практический характер [7].

Список литературы:

1. Яковлева К.Г. Социальный туризм как явление экономической стабильности страны //Вестник Национальной академии туризма. – 2011. - №1 – с. 60-62
2. Дробышева Л.И. Социальный туризм в регионе: современное состояние и возможности развития. – Барнаул – 2011. (с. 245-251)
3. <http://kaliningrad.ru/news/item/8872>
4. <http://www.concretica.ru/publications/single/article/8/246>
5. <http://biznesdays.ru/razvitie-socialnogo-turizma-v-rossii-yavlyaetsya-vygodnym-dlya-rossijskogo-turisticheskogo-biznesa.html>
6. <http://www.concretica.ru/publications/single/article/8/246>
7. <http://www.tyr74.ru/articles/article79.html>

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТУРИСТСКО-ЭКСКУРСИОННЫХ УСЛУГ В ГОРОДЕ БАРНАУЛ

Рей Т.В. -магистр, Бовтун В.С. - д.и.н., профессор, Романовская И.В. – к.и.н., доцент
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Сфера туризма в Алтайском крае в настоящее время признана одной из приоритетных. Данное утверждение подтверждается тем, что в последнее время развитию данной сферы уделяется большое внимание со стороны Администрации Алтайского края и города. Так, в целях эффективного функционирования и развития сферы туризма и объектов санаторно-курортного комплекса было образовано Управление по развитию туристско-рекреационного и санаторно-курортного комплексов. Кроме того, нужно помнить и об активном развитии особой экономической зоны туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь», игровой зоны «Сибирская монета» и создание новых туристских маршрутов в крае. Но, так получается, что столица Алтайского края – город Барнаул, всегда оставалась в стороне от больших событий, связанных с развитием туризма на Алтае. На сегодняшний день Барнаул – это ско-

рее «транзитный центр», «перевалочный пункт»: ни в Белокуриху, ни в Республику Алтай не попадешь, минуя аэропорт, железнодорожный и автовокзал города.

Барнаул, кроме как столица Алтайского края, больше себя никак не позиционирует. Город является культурным и деловым центром Алтайского края, что способствует формированию большого потока гостей. Поэтому анализ рынка туристско-экскурсионных услуг в городе является весьма важной задачей.

По состоянию на 01 сентября 2011 года на туристском рынке города Барнаул осуществляют свою деятельность:

- около 156 туристских агентств;
- 28 туроператоров;
- 4 театра;
- 4 кинотеатра;
- филармония;
- 14 музеев;
- 15 храмов;
- 11 часовен;
- 6 парков;
- 46 коллективных средств размещения общего назначения (гостиницы, мотели, пансионаты, общежития для приезжих);
- 10 специализированных средств размещения (санаторно-курортные организации, организации отдыха, туристские базы);
- 41 ресторан, 68 баров, 156 кафе. (1)

Но несмотря на такое количество участников рынка туристских услуг в последнее время наблюдается снижение интереса как участников рынка, так и туристов и отсутствие точек притяжения для развития туристской сферы (см. таблицу 1).

Таблица 1. Показатели развития сферы туризма в городе Барнаул (по состоянию на 1 января 2011 года).

Наименование показателей	Единица измерения	Значение показателя		
		2008	2009	2010
Число коллективных средств размещения	единиц	39	43	37
Численность размещенных лиц	человек	175378	172631	185672
Доходы от предоставляемых услуг	млн. рублей	675,3	855,7	845,4
Затраты, связанные с реализацией услуг	млн. рублей	719,1	747,8	654,9
Туристские фирмы	единиц	65	65	69
Число обслуженных туристов (без экскурсантов)	тыс. человек	108,9	79,9	72,3
Число обслуженных однодневных посетителей экскурсантов	человек	3269	2535	2184

Источник: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю.

Из данных, приведенных в таблице 1 заметно, что сфера туризма развивается не рационально. По итогам 2010 года наблюдается значительный спад в рассматриваемой сфере. Прежде всего, это связано с финансовым экономическим кризисом 2008 года, который сказался на всех сферах экономики. Также это связано с популяризацией выездного туризма.

Все большее количество туристов отдают свои предпочтения поездкам за границу, нежели посещению туристских районов России.

Таким образом, на основе приведенных показателей можно сделать вывод о том, что рынок туристско-экскурсионных услуг в городе Барнаул в данный момент находится в критической ситуации. Все это приводит к отсутствию комплексной единой системы привлечения туристов и снижению качества их обслуживания.

Рынок экскурсионных услуг — это совокупность потребителей, имеющих средства для приобретения специфического товара, предлагаемого субъектом туристской деятельности и направленного на удовлетворение культурно-развлекательных и познавательных потребностей.

Его успешное формирование в городе Барнаул возможно благодаря следующим факторам:

- во-первых, в Алтайском крае реализуются два крупных проекта в сфере туризма и рекреации — это особая экономическая зона туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь» и игорная зона «Сибирская монета». Данные проекты ориентированы на увеличение потока туристов, повышения качества их обслуживания не только в конечных пунктах, но и по пути следования к ним. Барнаул в этом случае рассматривается как один из значимых транзитных пунктов;

- во-вторых, Барнаул является не только столицей края, но и его промышленным, культурным и научным центром. Здесь проводится множество деловых встреч, научных конференций, фестивалей, конкурсов, спортивных состязаний разного уровня — от международных до краевых;

- в-третьих, в городе сосредоточены основные туристские предприятия края;

- в-четвертых, Барнаул располагает развитой инфраструктурой для отдыха и развлечений. В городе находится 367 памятников истории и культуры. Среди них один из самых молодых памятников — А.С. Пушкину, открытый 6 июня 1999 года, и один из самых известных — стела «нулевого километра» на площади Советов. Больше всего в Барнауле памятников архитектуры — 238 (2). В центральной части сохранились образцы исторической застройки. Уникальными являются комплекс меде-, сереброплавильской линии, домовая Димитровская церковь, ансамбль Петропавловского зодчества. Старые улочки с одноэтажными деревянными домами соседствуют с широкими магистралями и многоэтажными современными кварталами. В настоящее время архитектура города развивается на основе местных культурных традиций, исторического наследия, климатических условий (3). Гостям города будет интересно посетить эти места;

- в-пятых, в нагорной части находятся санатории «Барнаульский» и «Обь», в которых курс лечения проходят не только жители Алтайского края, но и других регионов России.

Эти факторы необходимо умело использовать для удовлетворения культурно-развлекательных и познавательных потребностей, как жителей города, так и его гостей (4).

В настоящее время на туристском рынке города Барнаула работает около 156 туристских агентств и 28 туроператоров. И только несколько компаний предлагают на рынок туризма экскурсионные услуги с ограниченным перечнем экскурсий по территории города. Наиболее профессионально экскурсионным обслуживанием в Барнауле занимаются такие туристские фирмы - «Спутник-Алтай», «Арго», «Алтайское туристическое бюро», «Интурист-Барнаул», «Охота», «Млечный путь», «Барнаульское экскурсионное бюро», «Мастерская отдыха на Алтае».

Анализируя опыт деятельности вышеназванных организаций можно выявить наиболее популярные маршруты по городу. Их наименования могут иметь несущественные отличия, но суть одна. Среди них отметим следующие:

- Обзорные экскурсии по городу;
- Барнаул – купеческий город (знакомство с наследием барнаульских купцов);
- История развития горного производства на Алтае («Барнаул – центр горнозаводского дела»);

- Архитектура города («Барнаул архитектурный», «Деревянная сказка Барнаула»);
- Религиозная тематика (экскурсии по историческим местам города с посещением храмов, церквей и соборов, изучение истории икон);
- Загородные экскурсии (посещение зоопарка, соколиного питомника, дендрария);
- Музеи и выставочные залы (Алтайский государственный краеведческий музей, Государственный художественный музей, Краевой музей истории литературы, искусства и культуры Алтая, музей «Город», Павильон современного искусства «Открытое небо», Артгалерея Щетининых).

Это лишь небольшой спектр проводимых экскурсий по городу Барнаул. Но, в последнее время наблюдается «устаревание» тематики экскурсий. На рынок практически не предлагаются новые экскурсии. Туристские фирмы понимают, что это не прибыльная услуга и поэтому не испытывают интереса к разработке новых экскурсионных маршрутов.

Если говорить об экскурсионных маршрутах, на наш взгляд необходимо сделать акцент на развитие экскурсий для детей из малообеспеченных семей, детских домов и сельской местности. Ведь дети – это будущее нашего города. Такое мероприятие позволило бы детям ощутить заботу со стороны окружающих, и лучше познакомиться с историей города. Конечно, надо понимать, что такая форма экскурсионной программы возможна только с привлечением спонсорской помощи.

Кроме того, экскурсионное обслуживание детских групп оказывается слишком хлопотным и ответственным делом. Этот сегмент рынка — для профессионалов, которых в городе Барнаул — единицы. Но почему бы не дать возможность выпускникам факультетов туризма учебных заведений города попрактиковаться в этом нелегком деле?

На сегодняшний день в Алтайском крае существует несколько образовательных учреждений, где занимаются подготовкой специалистов в области туризма. Но после окончания этих учебных заведений новые специалисты испытывают трудности в практической деятельности. Это связано с возникновением сложностей при стажировке в туристских фирмах и отрыве образовательного процесса от реального бизнеса. И поэтому, мы считаем, что для получения практических навыков студентов можно привлекать в качестве экскурсоводов для детских групп, но конечно же в сопровождении преподавателей.

Другой аспект – спонсорство, мы предлагаем такой вариант.

Как известно в городе Барнаул утверждена долгосрочная целевая программа «Развитие туризма в городе Барнаул на 2012-2016 годы». Одним из пунктов данной программы является развитие событийного и делового туризма. Сейчас в городе проводится большое количество событийных мероприятий. Это и специализированная выставка внутреннего и въездного туризма «АлтайТур. АлтайКурорт», и краевой конкурс «Лучший алтайский товар года» и «Лучшая услуга года», и крупнейшая агропромышленная выставка Сибири «Алтайская нива», и, конечно же, международный фестиваль «Праздник сыра». Также в последнее время у нас с большим размахом проводится «Музейная ночь», День города и многие другие праздники. Почему бы в рамках данных мероприятий не провести благотворительную акцию для детей из детских домов и малообеспеченных семей, да и не только для них, но и для всех ребяташек, в форме экскурсионной программы. Это стало бы большим плюсом для организаторов данной акции и способствовало формированию их положительного имиджа.

Ведь благодаря данной акции можно способствовать развитию детского и в какой-то степени событийного туризма.

Таким образом, можно с уверенностью утверждать, что рынок туристско-экскурсионных услуг города Барнаул сейчас стоит на пороге возрождения. Об этом свидетельствует интерес со стороны городской администрации, который нашел свое отражение в утверждении долгосрочной целевой программы «Развитие туризма в городе Барнаул на 2012-2016 годы», основной целью, которой является создание наиболее благоприятных условий для стабильного развития индустрии туризма и обеспечение гостей города качественными и доступными услугами. Реализация данной программы направлена, прежде всего, на развитие внутреннего туризма города, который включает в себя событийный, деловой, научно-познавательный и

детский туризм. Кроме того, как показывает практика, в последнее время назрела необходимость для развития новых экскурсионных программ, наблюдается большой интерес для развития детского туризма. Экскурсионное обслуживание детей имеет большие перспективы, потому что родители заинтересованы в том, чтобы их ребенок узнал как можно больше о своем городе. В этой ситуации родители могут обратиться в туристскую фирму и заказать там экскурсионную программу для ребенка, либо в рамках школьной программы проводятся какие-то экскурсии.

Список литературы:

1. Об утверждении долгосрочной целевой Программы «Развитие туризма в городе Барнаул на 2012-2016 годы» : Постановление от 10.10.2011 № 2997 [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.barnaul.org/pravo/decisions_1/postanovlenija_administracii_go/postanovlenija_2011_g/postanovlenie_2997_ot_10102/ - Загл. с экрана.
2. Шульга, П. Забытые памятники Барнаула / П. Шульга // Аргументы и факты. - 2009. - № 18. - С. 12.
3. Барнаул : энцикл. - Барнаул: Изд-во Алт. гос. ун-та, 2000. - С. 24-31.
4. Дробышева, Л.И., Шпет, Е.Н. Рынок экскурсионных услуг в городе Барнаул и перспективы его развития / Л. И. Дробышева, Е. Н. Шпет // Проблемы и перспективы развития туризма на Алтае : сб. ст. / Федер. гос. образоват. учреждение высш. проф. образования «Алт. гос. акад. культуры и искусств», Каф. социал.-культур. туризма. – Барнаул : Изд-во АлтГАКИ, Вып. 2. – 2010. – С. 72-76.

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА (РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ)

Романовская И.В. – к.и.н., доцент, Бовтун В.С – д.и.н., профессор,

Бовтун О.П. – к.и.н., доцент

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

Концепция развития внутреннего и въездного туризма в РФ и целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018 годы)» задает нам общие направления и стимулирует регионы страны на развитие туристкой деятельности.

В Алтайском крае реализуются крупные проекты по развитию туризма. Туристско-рекреационный комплекс «Бирюзовая Катунь» первый в Российской Федерации из особых экономических зон туристско-рекреационного типа, который оснащен необходимой инфраструктурой для застройки инвесторами (построены мосты, дороги, подведена энергетика и т.п.).

Вместе с «Бирюзовой Катунью» можно выделить проект игровой зоны «Сибирская монета» в Алтайском районе. Также в Смоленском районе и городе Белокуриха реализуется туристско-рекреационный кластер «Белокуриха» и автотуристский кластер «Золотые ворота» г. Бийска, в рамках федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018 годы)».

Первоочередной задачей развития туризма в регионе является совершенствование транспортной сети для обслуживания туристов. Это реконструкция аэропорта Барнаула и Бийска и автомагистрали М-52, а также автодороги на юге края из Кемеровской области в Республику Казахстан. Предполагается также улучшить качество дорог в туристских территориях Алтайского края.

Большое значение имеет продвижение на внешний рынок таких брендовых маршрутов как «Малое золотое кольцо Алтая», «Большое золотое кольцо Алтая», а также «Казачья подкова Алтая», включающая объекты Колывано-Кузнецкой оборонительной линии в Алтайском крае, Кемеровской области, Восточно-Казахстанской области Республики Казахстан.

В современный период происходит рост материальной базы туристкой сферы Алтайского края.

В туристском сезоне 2011 года в Алтайском крае работало около 780 туристических предприятий, из которых 550 единиц – коллективные средства размещения «зеленые дома». Отдых туристов обеспечили 160 гостиниц, 41 санаторно-культурные учреждения, около 140 турбаз и организаций отдыха, 150 усадеб сельского туризма и 83 детских оздоровительных лагеря. Реализацией путевок занималась 200 туристических фирм края. Численность занятых в сфере туризма в 2011 году составила 15,7 тыс. человек.

Организациями и предпринимателями Алтайского края за 8 месяцев 2011 года было обслужено более 1 млн. туристов и экскурсантов. Количество иностранных туристов достигло 80 тыс. человек. Инвестиции в основной капитал предприятий отрасли по итогам 8 месяцев составил 890 млн. рублей. [1]

Активно развивается туризм и в Республике Алтай, которая в 2011 году вошла в Федеральную целевую программу «Развития внутреннего въездного туризма в РФ (2011-2018 годы)» с началом финансирования в 2013 году.

Правительством Республики готовится документация на финансирование ГЛК «Манжерок» и ГЛК «Телецкий».

Разрабатывается стратегия развития туризма в Республике Алтай, которая свяжет туризм с традиционными видами деятельности населения.

Таким образом, Республика Алтай пользуется устойчивой популярностью среди туристов.

Туристический поток вырос с мая по август 2011 года в Республику Алтай на 20% (910 тыс. человек в 2011 году против 760 тыс. в 2010-м). Оценочно, по итогам года он составит 1350 тыс. посещений.

В 2,5 раза вырос туристский поток в Республику Алтай из регионов Урала, Красноярского края, Омской, Томской и Тюменской областей. На 10% увеличилось количество туристов прибывших на коммерческом транспорте: автобусы, микроавтобусы туристического класса (390 тыс. в 2011 году против 240 тыс. в 2010-м).

На 9% увеличилось количество туристов, воспользовавшихся услугами турбаз, гостиниц. На начало 2012 года туристские объекты республики Алтай смогут одновременно предоставить 9350 мест размещения в течение турсезона и 3500 мест в остальное время года.

В течение года в Республике Алтай был проведен проект «Школа агротуризма». Оказана государственная поддержка 13 субъектам предпринимательства в сфере туризма на общую сумму 38 млн. рублей.

Таким образом, туризм активно развивается. Стратегия, поддержанная концепцией и целевой программой развития туризма, является эффективным стимулом развития туристской деятельности в регионах.

Список литературы:

1. Щетинин М.П. Тенденции развития туризма в Алтайском крае // Туристические ресурсы – основа развития сферы туризма в Алтайском крае: материалы научно-практической конференции. - Барнаул, 2011. – с.3-8.

ИСТОРИЧЕСКИЙ ОЧЕРК О РАЗВИТИИ ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА В ГОРОДЕ БАРНАУЛЕ

Самодед З.В. – студентка, Петракова Т. Г. – к.и.н., доцент

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

История гостиничного дела в Барнауле начинается с 1860 года, когда была открыта первая гостиница. В это время существовали «мебелированные комнаты», постоянные дворы, в которых предпочитали останавливаться приезжие крестьяне. Уровень обслуживания и оплата на постоянных дворах были значительно ниже, чем в гостиницах. Первыми гостиницами были гостиница «Сибирь», «Европа», «Империял», «Комхоз».

Накануне Первой мировой войны в Барнауле имелось 8 гостиниц и «мебелированные комнаты». Помимо гостиниц «Европа» и «Империял» гостей принимали «Северная» на Московском проспекте, «Ялта» на Мостовом переулке, «Россия», «Центральная», «Модерн». При них действовали рестораны или трактиры. Кроме того, в городе было около 40 постоялых дворов.

В результате большого пожара 2 мая 1917 года и разрухи периода Гражданской войны число гостиниц резко сократилось.

Гостиничное дело начинает вновь развиваться, когда Барнаул становится крупным административным и промышленным центром, что связано со строительством БМК и образованием Алтайского края в 1937 году.

В 1938-1941 годах на пересечении проспекта Ленина и улицы Анатолия построена комфортабельная 4-этажная гостиница «Алтай» на 217 мест с рестораном (архитекторы А. В. Баранский и В. Л. Казаринов). В 1960-е годы в городе по типовым проектам построены 3 пятиэтажные гостиницы: в 1961 году «Сибирь» на Социалистическом проспекте на 256 мест; в 1968 году «Центральная» на площади Советов на 301 место (после реконструкции — 152); «Колос» на Молодёжной улице на 285 мест. В 1983 году открыта самая большая гостиница города — «Барнаул», которая имела 12 этажей и была рассчитана на 600 мест (архитектор П. Ю. Андреев, совместно с Г. Саевичем). Кроме того, в советское время существовало множество ведомственных гостиниц.

В 1990-е и 2000-е годы в Барнауле практически не осталось средств размещения, находящихся в государственной собственности. После реконструкции новую жизнь получили гостиницы «Сибирь», «Барнаул» и «Центральная». Частные инвесторы начали вкладывать свои средства в эту сферу экономики — в городе появился первый 4-х звёздочный отель «Улитка», а также «Александр Хаус», ориентированный на зарубежных гостей. Кроме того, за эти годы появилось множество мини-отелей и гостинично-развлекательных комплексов рассчитанных на 10-20 человек, например, «Лесные дали», «Восточная», «Лалетин», «Обской мост» и т. д.

В настоящее время в Барнауле насчитывается 58 гостиниц различного уровня: 4-х и 3-х звёздочные отели, гостиницы эконом-класса, базы отдыха, парк-отели и гостинично-развлекательные комплексы с общим номерным фондом более 1400 номеров.

В условиях рыночной конкуренции новички гостиничного бизнеса стараются выделить себя из общего списка гостиниц города с помощью оригинальных интерьеров, необычных услуг для гостей, качеством обслуживания.

Так, в малых отелях стало популярным использовать в дизайне помещений тематику разных стран и народностей. Например, в бизнес-отеле «Улитка» каждый этаж тематический: русский, французский, японский, греческий и итальянский [7]. В отеле «Александр-Хаус» номера выполнены в стиле «Ампири», «Диско», «Хай-тек», а в отеле «Александр-Хаус Спорт» номера выполнены в цветовой гамме «Зима», «Весна», «Лето», «Осень» [5].

Помимо дизайна номеров малые отели вносят свои «изюминки» и в обслуживание, набор предоставляемых услуг. Так, в отеле «Прага» для VIP-гостей и постояльцев свадебного номера предоставляются услуги личного администратора [6].

Ассортимент дополнительных услуг в малом отеле зависит от нескольких факторов.

В первую очередь важна позиция отеля на рынке и выделение целевого сегмента.

Для гостиничного бизнеса наиболее предпочтительным элементом является привлечение потребителей за счет дифференцированного предложения, что позволяет более качественно и полностью удовлетворять потребности целевого сегмента.

Малые отели в основном придерживаются стратегии фокусирования, основанной на дифференциации с ориентиром на 1-2 сегмента, так как ее вместимость мала чтобы охватить различные рыночные сегменты [1; 3].

После определения целевого сегмента необходимо провести его подробное изучение для формирования особого ассортимента услуг. Также при формировании ассортимента малого отеля необходимо учитывать степень важности каждой услуги для целевой аудитории, а также ее популярность.

Также фактором влияющим на ассортимент услуг является конкурирующая ситуация на рынке аналогичных средств размещения, позволяющая гостиницам работать более эффективно в условиях «здоровой» конкуренции.

Немаловажную роль играет и такой фактор как местоположение отеля. Так, отели, расположенные в черте города и за городом, имеют различный ассортимент дополнительных услуг. В черте города, как правило, размещаются конгресс-отели для бизнесменов, деловых людей, а за городом – отели для любителей активного отдыха и развлечений [4].

Многие гостиницы города стремятся к повышению уровня сервиса для гостей, приблизить его к общемировым стандартам, однако, недостатки в обслуживании все еще присутствуют. Например, в гостиницах все еще нет номеров для некурящих гостей, это обусловлено экономической составляющей деятельности отеля. Номера для некурящих будут простаивать, если спрос со стороны курящих гостей будет превышать предложение номеров, в которых не запрещено курение. Как альтернатива использование мест для курения, однако, не во всех гостиницах есть возможность для оборудования подобных мест.

Не многие гостиницы готовы предложить такие услуги как трансфер, камера хранения, услуги подносчика багажа, хотя во всех гостиницах Запада эти услуги существуют не в статусе дополнительной, а основной [2].

Хотелось бы обратить внимание на профессиональный портрет обслуживающего персонала. В первую очередь, лишь в немногих отелях города Барнаула персонал знает иностранный язык, что вызывает трудности при общении с иностранными гостями. Важную роль играют и стандарты обслуживания, разработанные руководством отеля. Отсутствие стандартов не позволяет контролировать качество обслуживания, замечать недостатки и своевременно исправлять их. Также стандарты более точно позволяют информировать работника о его обязанностях, которые, возможно не удастся полностью прописать в должностных инструкциях. Стандарт обслуживания также является частью корпоративной культуры организации, где прописываются межличностные отношения работников на рабочем месте, что немаловажно в спорных ситуациях [1; 8].

Однако, какой бы категории ни был отель, уровень обслуживания является одним из решающих факторов при выборе отеля для гостя. Отель может обладать хорошей инфраструктурой, большим списком дополнительных услуг, но при этом качество обслуживания может быть неудовлетворительным, что в последствии не оставит у гостя желания возвращаться туда вновь.

Таким образом, руководителям отелей необходимо внимательнее относиться к потребностям гостей, обучать и развивать персонал, достигать высокого уровня качества обслуживания.

Список литературы:

1. Балашова, Е. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса / Е. Балашова. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: "Вершина", 2006.
2. Барышева, Н. Отель - гость. Практические рекомендации по содержанию отеля / Н. Барышева, Л. Тарарина. - Издательство "Аркаим", 2007. - 175 с.
3. Войткевич, Н.И. Конкурентные стратегии на рынке гостиничных услуг / Н.И. Войткевич, Е.Н. Рябова // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2009. - №9. – С. 15-17.
4. Мусакин, А.А. Малый отель: с чего начать, как преуспеть. Советы владельцам и управляющим / А.А. Мусакин. - СПб.: Питер, 2011. - 320 с.
5. Отель «Александр Хаус» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.alexander-hotel.ru>
6. Отель «Прага» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gotel-praga.ru>
7. Отель «Улитка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hotel-ulitka.ru>
8. Панкова, С.В. Понятие и классификация гостиничных услуг как объекта управленческого учета / С.В. Панкова, Г.А. Кубаткина // Вестник ОГУ. – 2009. - №2. – С. 20-21.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В ЕВРОПЕ

Солохина А.В. – студент, Белая И.А. – доцент

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

Сельский туризм - явление многогранное. Один из его аспектов, ввиду современного состояния социально-экономического развития нашей страны, - социальный. Поэтому сельский зеленый туризм следует рассматривать как одно из средств диверсификации источников доходов сельского населения, как компонент комплексного развития сельских территорий и сельской инфраструктуры, а также как один из факторов стратегии преодоления бедности в сельской местности.

Таким образом, развитие сельского туризма в субъектах Российской Федерации, задача весьма важная. Колыбелью сельского туризма справедливо можно назвать Европу, где впервые зародился сельский туризм в середине XX века. В России же на сегодняшний момент он развит лишь в отдельных регионах, хотя природный потенциал нашей страны позволяет заниматься им повсеместно. Изучение опыта стран Европы в организации сельского туризма и анализ современного его состояния позволяет использовать модели развития данного вида туризма применительно к нашей стране и достигнуть уровня стран Европы в распространенности сельского туризма, получении доходов от него. Этим можно определить актуальность выбранной темы работы.

Цель исследования заключается в рассмотрении тенденций развития сельского туризма в странах Европы и анализе его современного состояния в этой части света.

Исходя из цели работы, была поставлена задача - рассмотреть развитие сельского туризма в Европе на современном этапе и перспективы его развития.

Сельский туризм сейчас находится на пике популярности в Европе и по некоторым оценкам приносит от 10% до 20% от общего дохода туриндустрии [1]. В Европе существует примерно 190 тыс. структур размещения в сельской местности и практически каждый четвертый турист, в основном горожанин среднего достатка, проводит каникулы в селе [2].

Яркие примеры популярности сельского туризма демонстрируют Италия и Франция, где отдых в сельской местности выбирают до четверти всех отдыхающих плюс несколько миллионов гостей из других стран [3]. Десятки тысяч аграрных хозяйств занимаются сегодня сельским туризмом в Великобритании и Германии. Широко распространен подобный вид отдыха в Испании, Швейцарии, Польше, на Кипре и т.д.

Одной из причин быстрого развития сельского туризма является кризис в сельскохозяйственном секторе. В современную эпоху процесс производительности и наукообъемности сельского хозяйства приводит к уменьшению рабочих мест. И это в деревнях приводит к безработице. Фактически во многих сельских регионах в Европе сельское хозяйство перестало быть самой важной формой использования земли и самой важной деятельностью сельской общины. Следовательно, необходимо было найти новые виды деятельности, которые бы заменили или дополнили сельскохозяйственную деятельность. Поиск подходов в решении этой задачи объясняет повышенную заинтересованность к сельскому туризму, что при быстром развитии может оживить много сельских регионов.

Сельский туризм для жителей деревень – это дополнительный заработок и возможность улучшить свое жилье. Для местных властей и региона в целом – приток дополнительных средств, развитие инфраструктуры, создание новых рабочих мест. Для страны в целом – возможность развития туризма за пределами городов, где полностью отсутствуют гостиницы, снятие противоречий между городом и деревней. Ну а для туристов – возможность недорогого отдыха в экологически чистой среде

На Западе сформировались два вида сельского зеленого туризма — «смешанный» и «чистый». Первый опирается на крестьянские (фермерские) хозяйства, которые выращивают скот и овощи и дополнительно принимают туристов. Это дает приблизительно 25% прибыли фермерской семье. Причем большая часть этих средств реинвестируется

в обустройство дома, обновление интерьера, создания условий для гостей. Второй — это исключительно деятельность по обслуживанию туристов, предоставлению им гостиничных услуг в домах, которые выполняют роль мини-гостиниц [4].

Существует несколько значительно отличающихся концепций агротуризма, преследующих разные цели и ориентированных на разные задачи, выработанных в соответствии с конкретными условиями и практикуемых в разных группах стран. При этом во многих странах эко-агротуризм рассматривается как одно из ведущих направлений развития национальной туристской отрасли, что находит отражение в национальных концепциях развития туризма. Рассмотрим несколько основных концепции, сформированных в странах, являющихся лидерами по развитию сельского туризма среди других государств Европы.

Различают следующие модели организации сельского туризма по национальному колориту:[2]

- Британская;
- Французская;
- Итальянская;
- Германская;

Британская модель представляет интерес, прежде всего, особой системой размещения туристов, при этом наиболее популярными приняты три типа проживания:

- Bed & breakfast – проживание в доме фермера с питанием в виде завтрака, в этом случае имеется возможность непосредственного контакта с семьей фермера.

- Self catering unit. Проживание в отдельном здании на условиях самообслуживания. Зачастую это переделанный небольшой амбар.

- Bunkhouse. Проживание в изолированном здании, вмещающем в среднем 8-15 туристов. Для этого может быть использован большой амбар, разделенный на спальную зону (в которой сосредоточены все койко-места, кухня и ванная комната).

В Великобритании сельский туризм больше развит на юге страны. Это связано с близостью столицы и других крупных городов — поставщиков туристов, а также с высокой концентрацией памятников первобытных культур. Поэтому сейчас важным элементом региональной политики является поощрение притока сельских туристов в Шотландию и Северную Ирландию.

В Ирландии, например, сельские усадьбы, проходят обязательную сертификацию и получают «звезды» как гостиницы, стены их домов украшаются соответствующим количеством зеленых листков. Найти «зеленое жилье» помогают специальные указатели, справочники, каталоги [4].

Во Франции активное развитие агротуризма было вызвано проблемой стремительного оттока жителей неперспективных сельских районов в крупные города. Что и побудило правительство поддержать идею создания условий для приема туристов на базе фермерских хозяйств.

Французская модель организации сельского туризма более сложная, чем британская. В ней представлено множество вариаций сельского туризма. Основным средством размещения туристов являются маленькие коттеджи-апартаменты. Французы предпочитают самостоятельно готовить себе еду, используя экологически чистые сельские продукты.

Еще в 1971 году во Франции была создана ассоциация "Туризм в сельской местности", координирующая организацию сельского туризма в национальном масштабе. Сельским туризмом охвачены практически все департаменты Франции (сельская местность занимает 80 % площади страны).

В итальянской модели выделяют три тематических направления сельского туризма: [2]

1. «Природа и здоровье» - размещение в сельских поселениях на территории курортных мест, национальных парков.

2. «Традиционная гастрономия» - размещение в агрохозяйствах, специализирующихся на определенном виде продукции — вина, оливкового масла, рыбы, морепродукта и т.д. — в зависимости от региона.

3. «Спорт» - размещение в кемпингах, гостиницах при специализированных спортивных объектах в сельской местности – в Италии это тоже входит в сектор агротуризма.

Италия является признанным лидером в Европе по аграрному туризму. Развитие данного вида туризма поддерживается на государственном уровне, в 5 декабря 1985 г был принят Федеральный закон о развитии аграрного туризма как сектора национальной экономики в Италии [4].

Первоначально итальянское правительство, предполагало, что размещение туристов будет непрофильной деятельностью фермеров, позволяющей несколько укрепить их финансовое положение без необходимости дополнительных инвестиций. Однако, сегодня спрос на данный туристский продукт изменил саму концепцию сельского туризма, который превращается для многих сельских жителей не в побочный, а основной вид деятельности со всеми необходимыми для турбизнеса атрибутами: рекламой, маркетингом, ценовой политикой, квалифицированными кадрами и т.п. Объекты размещения преобразились и потребовали серьезных инвестиций. Современный сельский туризм в Италии - это не скромные комнаты с 3-4 местным размещением в сельских постройках, а настоящие мини-гостиницы уровня 3-4 звезды с антикварной мебелью, бассейнами, теннисными кортами. Очень часто под них реконструируются усадьбы XVI-XVIII вв. или небольшие старые монастыри.

В Германии в начале 1980-х годов была разработана концепция механизма туризма в периферийных регионах. Ее основная цель — предложение на туристическом рынке дешевого отдыха на природе, без использования дорогой инфраструктуры и предоставления комфортных условий проживания, данная программа успешно реализуется [4].

Германской модели присуща особая организация размещения туристов в сельской местности. Гости предпочитают находиться непосредственно в хозяйских домах, а строительство новых коттеджей в сельских районах не очень практикуется. Сельский туризм германской модели тесно связан с событийным туризмом. Это не случайно, ведь в Германии существует множество народных праздников, фольклорных фестивалей и регулярно проводятся сельские ярмарки.

В Германии основное внимание со стороны государства обращается на качество обслуживания туристов. В целях контроля создана специальная система ярлыков, используемых при оценке качества питания и состояния жилищ для сельских туристов.

Таким образом, можно сделать вывод, что сельский туризм в Европе организован по определенным базовым моделям, в каждой отдельной стране данные модели адаптируются с учетом национально-экономических и географических особенностей.

Уровень развития сельского туризма в Европе высок, достигнутые результаты приносят плоды в виде реальных доходов. Причем доходы получают, как люди, непосредственно занимающиеся организацией данного вида туризма, так и органы власти, а в их лице и все государство. Поэтому данный вид деятельности широко поддерживается со стороны органов государственной власти, владельцам сельских усадеб создаются все условия для занятия своим делом: это льготное налогообложение и кредитование, максимальное упрощение доступа к деятельности в этой сфере, специально разработанная нормативно-правовая база, инвестирование данной отрасли и т.д.

В странах созданы Ассоциации, основной деятельностью которых является поддержание уровня развития сельского туризма и защита интересов владельцев сельских домов и организации, которые контролируют качество предоставляемых сельскими усадьбами услуг.

На наш взгляд, именно заинтересованность в данном виде деятельности со стороны, не только граждан, но и органов власти, привела страны Европы к таким положительным результатам.

Список литературы:

1. RusAdventures.ru. Твой мир приключений! [Электронный ресурс] // Новый вид туризма – сельский туризм. - Режим доступа: <http://www.rusadventures.ru/articles/1378.aspx>. - Загл. с экрана.

2. Ассоциация агротуризма – официальный сайт [Электронный ресурс] // Современное состояние и тенденции развития агротуризма в мире. – Режим доступа: [http:// www. agritourism.ru/](http://www.agritourism.ru/). - Загл. с экрана.

3. Российский союз туриндустрии [Электронный ресурс] // Сельский туризм. - Режим доступа: http://www.rostourunion.ru/pages/rus/vstuplenie_v_rst/sel_skiyi/. - Загл. с экрана.

4. Невьяновский фонд поддержки малого предпринимательства [Электронный ресурс] // Сельский туризм. - Режим доступа: http://nevfond.ru/rural_tourism/guidelines/3/. - Загл. с экрана.

ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ВНУТРЕННЕЙ МОНГОЛИИ

Тан Хунчао – студент, Исаев В.В. – к.и.н., доцент

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

В последнее время все более популярным туристским направлением становится Китай. Привлекательность Китая как туристского региона объясняется с одной стороны древней и своеобразной историей и культурой этой страны, с другой – экономическими успехами, благодаря которым создается современная инфраструктура туризма Китая. Одним из интересных и перспективных районов страны в развитии туризма является Внутренняя Монголия.

Внутренняя Монголия (Автономный район Внутренняя Монголия) – территориально-административная единица в Северном Китае. Площадь — 1,2 млн. км.². Население – около 25 млн. человек (2004). Административный центр – Хух-Хото.

На западе района находится пустыня Алашань, с северо-запада к нему подступает пустыня Гоби, на востоке его пересекает горный хребет Большой Хинган.

Основа экономики района — сельское хозяйство. Около 2/3 территории Внутренней Монголии занимают скотоводческие районы.

В районе развиваются цветная и черная металлургия, машиностроение, химическая, деревообрабатывающая, кожевенная, текстильная, пищевая промышленность, производство стройматериалов и электроники.

Ведется добыча каменного угля, нефти, газа. Значительны запасы железной руды и руд цветных и драгоценных металлов.

Территорию Внутренней Монголии пересекает железнодорожная магистраль Москва – Улан-Батор – Пекин.

С 10 века на территории современной Внутренней Монголии обитали кочевые племена монголов. После подчинения этих земель маньчжурами и включения их в состав Китая в 1636 году территории района стали называться Внутренней Монголией.

После образования в 1911 году на территории Внешней Монголии независимого Монгольского государства, Внутренняя Монголия в 1912 году административно вошла в состав Китая.

В августе 1945 года территория Внутренней Монголии была освобождена Советской Армией совместно с войсками Монгольской Народной Республики от японских оккупационных войск.

1 мая 1947 года был образован автономный район Внутренняя Монголия.

Город Хух-Хото – столица Автономного Региона Внутренняя Монголия. Город является воротами в бескрайние степи, которые начинаются сразу за городской чертой. Следы былого величия этого политического и культурного центра Внутренней Монголии запечатлены в уникальной архитектуре города. В Хух-Хото живут представители более чем 36 этнических групп, причем монголы составляют всего 9% от населения города.

В окрестностях Хух-Хото были найдены стоянки древнего человека, возрастом более 500 000 лет – находка того же исторического периода, что и останки знаменитого «пекинского человека». Первое постоянное поселение появилось на месте современного Хух-Хото около 2300 лет назад во время «периода воинствующих царств», когда Король Джао основал здесь город Юньджун. После включения этих территорий в состав империи Мин в 16-м веке, император Ванли основал здесь город, на основе которого и вырос современный Хух-Хото.

На протяжении 16 – 18 вв. Хух-Хото являлся центром буддизма и вмещал в себя более 50 буддистских храмов, большая часть которых сейчас разрушена. В храме Дачжао, построенном в 1580 году, находится серебряная статуя Будды, высотой 2,5 метра, которую лично благословил Далай Лама 3-й в 1586 году. Храмовый комплекс общей площадью, 30 000 квадратных метров, сочетает в себе тибетский и ханьский традиционные стили.

Весь ансамбль вытянулся с юга на север и состоит из главных ворот, дворца Небесного царя, зала Прозрения, зала канонов, зала Будды, постройки из девяти комнат и восточных и западных побочных построек. В настоящее время Дачжао крупный центр тибетского буддизма, самым крупный и лучше всех сохранившийся в Хух-Хото храм деревянной конструкции.

Храм Силиту, всего в 100 метрах от Дачжао, является крупнейшим и наиболее красивым в городе. Строительство Силиту заняло 52 года (1567 -1619 гг.). Аббатом храма долгое время являлся непосредственный духовный учитель Далай Ламы 4-й, и после вступления последнего в должность, храм был значительно расширен. Архитектура храмовый комплекс традиционная китайская, за исключением Зала Дацзин, который построен в тибетском стиле. В северо-восточной части храма находится 15-метровая башня. Во время проведения ежегодного буддистского фестиваля в храме устраиваются представления с традиционными песнями и танцами.

К северу от Дачжао находится Храм Пяти Пагод построенный в 1732 г., который является памятником Цинской империи. К сожалению, лишь одна из некогда существовавших на территории храма пяти пагод прошла испытание временем. Посреди небольшого, но живописного сада возвышается 16-метровая пагода, увенчанная пятью малыми пагодами. Основание строения покрыто высеченными буддистскими религиозными текстами на китайском, монгольском и тибетском языках. Верхние панели украшены тысячей золотых фигурок Будд. На северной стене размещена древняя астрономическая карта на монгольском языке длиной 1,45 метров, единственная в своем роде, представляющая собой высокую научную ценность.

В 9 километрах к югу от города Хух-Хото находится гробница Ван Чжаоцзюнь – строение высотой 30 метров, площадь основания составляет 13 000 м².

Ван Чжаоцзюнь являлась кандидаткой в наложницы императора во время династии Западная Хань и обладала выдающейся красотой и грацией. Не являясь наложницей, она вела уединенный образ жизни в доме для девушек, «зачисленных» в кандидатки в ожидании дня, когда император сочтет ее достойной переступить порог его спальни.

По заговору придворной знати, портрет девушки, предоставленный императору, был умышленно искажен, и, когда лидер северного воинственного клана Сюнью выступил с инициативой жениться на ханьской принцессе, император, ни разу не видевший Ван Чжаоцзюнь, выбрал ее для этой цели. С момента венчания Ван Чжаоцзюнь должна была исполнять роль связующего звена между династией Хань и северными кланами и способствовать укреплению их мирных отношений. Место ее захоронения окружено садом с цветами и деревьями и слышит как «зеленая гробница».

Говоря о монгольской культуре, нельзя не упомянуть о великом полководце и правителе Чингисхане, который, объединив разрозненные монгольские племена и превратив их в непобедимую армию, создал величайшую империю, простиравшуюся от Тихого океана до границ Восточной Европы. Чингисхан не только побеждал противников, но и умел использовать знания и научные достижения других культур и активно привлекал к сотрудничеству иностранных специалистов.

Чингисхан умер в 1227 году во время битвы в царстве Ся в северо-восточном Китае. По монгольским традициям тех времен, представители высшей знати могли сами выбирать место, в котором они будут похоронены после смерти. Место, выбранное Чингисханом до сих пор никому не известно.

Согласно легенде, в поле, в котором было совершено погребение, пустили тысячное стадо лошадей, которые выели травяной покров и копытами выровняли землю. Когда отросла

новая трава 2 000 рабочих и строителей, работавших над сооружением гробницы, были убиты восемьюстами солдат, которые в свою очередь были казнены. Таким образом, месторасположение захоронения Чингисхана по сей день остается загадкой.

Мавзолей Чингисхана находится довольно далеко от города Хух-Хото. Удобнее всего до него добираться на туристических или междугородних автобусах. Ближайшие от мавзолея города – Баотоу и Дунчен. Массивные строения с двухъярусными голубыми крышами видны задолго до непосредственного приближения к мавзолею. Пятиметровая статуя Чингисхана возвышается над зелеными степями, которыми он когда-то правил. Несмотря на то, что в мавзолее нет его останков, здесь хранятся артефакты времен его правления и некоторые личные вещи великого завоевателя. В мавзолее также находятся саркофаги жен и братьев Чингисхана.

Летом в Монголии проводится ежегодный фестиваль Наддам с традиционными состязаниями в стрельбе из лука, спортивными поединками и скачками на верблюдах. Наддам – одно из главных событий в году, и на него съезжаются семьи со всех концов Внутренней Монголии. Дата проведения фестиваля высчитывается по монгольскому лунному календарю и обычно выпадает на июль или начало августа.

Наряду с рукотворными объектами туристов приезжающих во Внутреннюю Монголию привлекают природные богатства региона. Среди них Лунное озеро и горный район Большого Хингана Аршань

Лунное озеро, расположено на территории автономного района Внутренней Монголии Алашань в пустыне Тенжер. Название озера объясняется его формой напоминающей полу-месяц. Лунное озеро занимает площадь 2000 гектаров, глубина небольшая, всего 2-4 метра

Расположенное на обширных пространствах пустыни озеро привлекает многочисленных туристов своей величественной красотой и спокойствием.

Живописный район Аршань находится в восточной части автономного района Внутренняя Монголия, в средней части горной системы Большой Хинган. На территории района горные массивы тянутся более чем на 200 километров. Район Аршань называют зеленой жемчужиной горной системы Большого Хингана. Огромные леса, источники горячей воды, снег и лед, степи, следы действия вулканов, реки и озера – все это образует живописный и запоминающийся ландшафт.

Полное название района – «Хадун Аршань», в переводе с монгольского «Хадун» означает «теплый», а «Аршань» – «святая вода». Район известен, прежде всего, своими горячими источниками.

Источники в районе Аршань располагаются группами. Это уникальное явление. В районе расположены 76 родников. В результате сложных тектонических процессов, которые тысячелетиями или в районе Аршань, под воздействием теплоты Земли и процессов минерализации возникли нынешние источники воды. Они обладают различной температурой, и вода насыщена минерализованными элементами.

Лучшее время для поездки во Внутреннюю Монголию – период с июля по сентябрь, когда стоит теплая сухая погода. На это время обычно выпадает дата национального китайского фестиваля Наддам.

Список литературы:

1. Туризм в КНР организация путешествий в Китай для Российских туристических групп и туристов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://chinatourism.ru/photogal/nimeng> – Загл. с экрана.

2. Внутренняя Монголия. Торговля и туризм. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nightlevit.com/> – Загл. с экрана.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ТУРИЗМА В СКАНДИНАВСКИХ СТРАНАХ

Унгефуг И.Н. – магистрант, Колупанова И.А. - к.и.н., доцент
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Опыт различных стран показывает, что успех развития туризма напрямую зависит от того, как на государственном уровне воспринимается эта отрасль, насколько она пользуется государственной поддержкой.

Документы международных конференций по туризму указывают, что «Туризм должен планироваться государственными властями, а также местной администрацией и туристскими организациями на комплексной и последовательной основе» [4]. Сегодня невозможно обойтись без единого национального механизма, обеспечивающего координацию туристской политики на общегосударственном и региональном уровнях.

На нынешнем этапе развития туризма только государство и правительство играют в нем первостепеннейшую, если не единственную роль, а частнопредпринимательский сектор участвует в этом лишь частично.

Специфика туризма связана с интернациональным характером и широким спектром отношений, в которые приходится вступать лицам, так или иначе участвующим в организации отдыха и путешествий. Разнообразие этих отношений порождает определенную сложность правового регулирования.

В любом государстве взаимоотношения сторон "турист - турфирма", "турист- государство", "турфирма - государство", регулируются соответствующим законодательством. В зависимости от степени цивилизованности государства и при все большем приближении к понятию правового государства законодательство становится более детальным и полным. В оптимальном варианте должен быть охвачен каждый элемент взаимоотношений указанных сторон.

Отметим, что сегодня сложилось несколько подходов к организации модели государственного регулирования туризма. Так, в некоторых странах с развитой рыночной экономикой государственное регулирование упразднено, и субъекты рынка осуществляют оперативное регулирование (например, в США в 1997 году была упразднена государственная администрация, занимающаяся вопросами развития туристической отрасли) [1]. В странах, где присутствует государственное регулирование рынка туристических услуг, реализуются две модели: либо созданы специальные органы государственной власти, либо же регулирование осуществляется многопрофильными органами.

Рассмотрим, как же действует государство на примере нескольких Скандинавских стран.

В Финляндии туризм регулируется Законами "О субъектах, имеющих право на продажу туров" и "О турах и занятии туристской деятельностью" № 1080/94 [2]. Во многом принятие данного Закона было обусловлено вступлением Финляндии в ЕС и необходимостью приведения финских законов в соответствии с требованиями ЕС. Законы регулируют отношения клиента и турфирмы по вопросам продажи тура и порядок урегулирования спорных моментов. В марте 1995 г. принято Постановление правительственных структур Финляндии "О занятии туристской деятельностью", в котором детализированы основные сведения, требуемые при регистрации на занятие туристской деятельностью: помимо обычных вопросов, следует указать, в том числе, является ли фирма посредником иностранной туристской компании.

Во всех сильных туристских державах есть такие организации, подчиненные, как правило, министерствам, которые занимаются разработкой национальных программ развития туризма, называются они по-разному. В Норвегии такая организация называется – NORTRA. Именно она содержит представительства по туризму в других странах, разрабатывает привлекающие туристов программы и обеспечивает поток туристской информации. При помощи этой организации в стране разрабатываются государственные программы стимулирования выездного туризма, которые предусматривают льготы в налогообложении, упреждение погранично-таможенного режима, создание благоприятных условий для инвестиций, увеличе-

ние бюджетных ассигнований на развитие инфраструктуры, рекламу на зарубежных рынках, подготовку кадров.

В Норвегии все пользуются правом доступа к природе. Изначально это право было традиционным, но теперь оно закреплено в законодательном акте о праве доступа ("allemannsretten"). Важно помнить о том, что это право основано на уважении к природе, и посетители обязаны проявлять уважение к фермерам, землевладельцам, другим пользователям и окружающей среде.

На практике право доступа означает следующее:

Вы можете ходить пешком или на лыжах в любом открытом месте, а также устраивать пикник, где захочется. Открытая местность – это невозделанная земля. В Норвегии под это определение попадает большая часть побережья, болот, лесов и гор. Небольшие островки невозделанной земли, окруженные возделанными землями, считаются открытой местностью. «Огражденная земля» является частной, и в эту категорию входят возделанные земли. Например, вспаханные засеянные или незасеянные поля, луга, пастбища и сады, а также молодые насаждения, строительные участки и промышленные зоны. Однако вы имеете право доступа на поля и луга с 15 октября по 30 апреля, когда земля промерзает или покрыта снегом. «Огражденная земля» не обязательно должна быть физически обнесена забором.

Вы можете поставить палатку или устроиться на ночлег под открытым небом в любом месте за городом, в лесах или горах, кроме возделываемых полей и придорожных площадок. Однако при этом необходимо выдерживать дистанцию не менее 150 метров от ближайшего дома или хижины. Если вы хотите остановиться больше, чем на две ночи, нужно спросить разрешения у землевладельца, за исключением горных и очень отдаленных территорий. Места для опорожнения туалетов обозначены специальными знаками. В период с 15 апреля по 15 сентября запрещено разводить открытый огонь в лесах или рядом с ними. Собирать ягоды, грибы и цветы, в целом, можно, но для сбора морошки в трех северных губерниях установлены особые правила.

Шведское агентство по охране окружающей среды – это шведский орган государственной власти, ответственный за внесение предложений по охране окружающей среды и осуществление контроля за ней. Было основано в 1967 году. Отчитывается перед Шведским министерством окружающей среды. Интересен тот факт, что в Швеции нет частных пляжей. Все побережье с его песчаными или скалистыми пляжами — в распоряжении туриста.

Хотелось бы отметить, что численность населения Скандинавского региона относительно небольшая, однако страны, входящие в его состав, довольно известны среди туристогенерирующих стран мира. Начиная с 80-х годов, в странах Скандинавии быстро развивается деловой туризм. Почти треть зарубежных гостей составляют жители других стран Скандинавии. Это результат активной работы местных туристских организаций, продвигающих собственный скандинавский туристский продукт. В 2007 году в общей сложности все гости Финляндии потратили на различные покупки в стране около 970 млн евро [3]. Здесь, конечно, играют роль культурные различия между разными странами региона и унифицированные национальные законы. Другим крупным генерирующим рынком для региона является Северная Америка, благодаря культурным связям между этими двумя регионами, установившимся в XIX в., когда произошла крупная эмиграция из Скандинавии в Северную Америку.

В заключение хотелось бы подчеркнуть, что в Скандинавии быстро развивается туризм, а государственная политика связана с активным продвижением турпродукта на международный рынок, ведь туризм сегодня играет важную роль в экономике любой страны.

Список литературы:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм (Учебник. - М.: Аспект Пресс, 2002. - 470 с)
2. Алисов Н.В, Б.С. Хорев. Экономическая и социальная география мира (общий обзор). Москва - 2005 г.

2. Драчева Е. Л., А. О. Яворская, Т. Т. Христов. Страноведение. Германия, Италия, Финляндия
3. Европа в цифрах. Ежегодник ЕВРОСТАТа-2009. /ЕВРОСТАТ-Люксембург, 2009
4. Резолюции, принятые Генеральной ассамблеей на 16 сессии. Дакар (Сенегал), 28 ноября – 2 декабря 2005 года // www.world-tourism.org/ruso/pdf/GA16_resolutions.pdf
5. Финляндия. Альманах путешественника. Лето 2009.
6. www.infofin.ru
7. <http://finlandia.name/>
8. <http://www.stopinfin.ru>
9. <http://www.ice-nut.ru/finland/finland065.htm>
10. Scandinevs. № 1-2, 2009. Гид для туристов по Скандинавии.

АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ПОДБОРА И РАССТАНОВКИ ПЕРСОНАЛА В ТУРИСТСКИХ ФИРМАХ Г. БАРНАУЛА

Урсова А. Ю. - студент, Биттер Н. В. - к.п.н., доцент

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

Условия развития туризма в России обусловило значимость практического применения современных форм подбора и расстановки персонала, позволяющих повысить социально-экономическую эффективность туристического предприятия. Успех работы предприятия обеспечивают работники, занятые на нем. Предприятие, будучи целостной производственно-хозяйственной системой, тем не менее, может быть представлено как совокупность составляющих ее элементов (подсистем), естественно взаимосвязанных и взаимодействующих друг с другом. Главный потенциал предприятия заключен в кадрах [1].

Именно люди выполняют работу, подают идеи и позволяют предприятию существовать. Сегодня основными факторами конкурентоспособности стала обеспеченность туристских фирм квалифицированными кадрами, степень мотивации.

Подбор персонала – это комплекс процедур оценки и приема на конкретные должности, которые включают в себя сопоставление требований должности и квалификации работника, его профессионального опыта, а также деловых и личных качеств [2, с.198]

При анализе систем подбора персонала нами выявлена система подбора персонала применима для большинства туристских фирм города.

Система подбора и расстановки персонала - это совокупность принципов и методов управления работниками в организации. Система подбора и расстановки персонала в организации индустрии туризма состоит из шести взаимосвязанных подсистем: кадровая политика, подбор, оценка, расстановка, адаптация и обучение персонала [3, с. 281].



Рис 1. Система подбора и расстановки персонала на туристском предприятии.

С целью выявления проблем по подбору и расстановке кадров в индустрии туризма нами было проведено анкетирование директоров и менеджеров туристских фирм ООО «ТО-МАС В БАРНАУЛ» и ООО «Агентство путешествий «Пять звезд».

Анализ проблем по обеспечению кадрового состава индустрии туризма в г. Барнауле позволил выделить две группы проблем:

Первая группа: Кадровые проблемы

Работа с кадрами - это один из серьезных вопросов. В большинстве ситуаций, типичных для индустрии туризма, оказание услуги требует присутствия и того, кто оказывает ее, и того, кому она оказывается. Служащие, осуществляющие этот контакт с клиентом, - часть предоставляемого товара. Таким образом, даже незначительные просчеты, связанные с кадровой политикой администрации, могут оказывать большое влияние на качество услуг.

Вторая группа: Профессиональные проблемы

В туристической деятельности очень важную роль играют квалифицированные кадры, обладающие высокими профессиональными навыками и владеющие знаниями в области психологии, опытом общения. Для поддержания качества обслуживания многие организации разрабатывают стандарты обслуживания - комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания туристов, которые призваны гарантировать установленный уровень качества для всех производимых операций

Для решения проблемы подбора и расстановки работников в организации, их продвижения можно рекомендовать профильный метод, который успешно используется в странах с рыночной экономикой. Применение этого метода требует аналитического отбора предъявляемых требований и личностных качеств работника, который позволяет непосредственно сравнивать их друг с другом. Основу профильного метода составляет каталог характеристик - требований, предъявляемых к человеку в зависимости от выполняемой им работы, а также с учетом количественных характеристик рабочих мест. Характеристики (показатели) должны быть описаны и разделены на определенное количество категорий. Каждый уровень требований относится к какому-либо показателю и должен быть также охарактеризован. Каждому уровню требований соответствует определенный уровень качеств работника.

Следующей рекомендацией является соблюдение соотношения кадровых и молодых работников. Формирование коллектива из людей одного возраста способствует проявлению тенденции замыкания его в интересах своего возраста. Коллектив же, состоящий из разных возрастов, дает разные типы увлечений, становится более жизнеспособным. Младшие поддаются влиянию старших, подражают им; старшие помогают младшим в овладении профессиональным мастерством.

Также мы рекомендуем расстановку персонала туристкой осуществляется на расчет а трудоемкости программы, баланса затрат рабочего времени одного исполнителя, составляемый по организации

К работе по подбору персонала стоит привлекать рекрутинговые агентства по подбору персонала.

Туристским фирмам стоит уделить внимание подбору своих инструментов отбора – анкеты и тесты, адаптированные под специфику бизнеса. Специализированные методы набора персонала в туризме гарантировано дают охарактеризовать углубленные составные части личности, к такой группе методик можно отнести тесты на профпригодность сотрудников. Стоит пересмотреть свои взгляды и на систему мотивации – изучать рынок туристских услуг и определять уровень заработной платы в соответствии с тенденциями времени. Кроме того, для развития кадрового менеджмента необходимо ввести вакансию менеджера по подбору персонала.

Список литературы:

1. Социальный аспект подбора и расстановки персонала. [Электронный ресурс]– Режим доступа : <http://www.bestreferat.ru/referat-189776.html>. – Загл. с экрана.

2. Харрис, Г. Стимулирование международного туризма в XXI веке: пер.с англ. / Г. Харрисов, Кац Кеннет М. [Текст] – М.: Финансы и статистика, 2000. – 240 с.
3. Чудовский, А. Д Туризм и гостиничное хозяйство. / А. Д. Чудковский. [Текст] – М., 2005 – 448 с.

СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ И РАЗРАБОТКА МЕТОДОВ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РАБОТЫ В ДЕТСКИХ САНАТОРИЯХ В ГОРОДЕ БАРНАУЛЕ

Чупрова Н.С., студент, Маслов Д.Г. – к.м.н., доцент

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

Актуальность данной темы обусловлена следующими обстоятельствами:

Во-первых, санаторное лечение — один из важнейших этапов в общей системе лечебно-профилактических мероприятий, направленных на снижение заболеваемости и укрепление здоровья детей. Важным звеном в общей системе российского здравоохранения, направленной на снижение заболеваемости, укрепление здоровья детей, является санаторное лечение [4].

Во-вторых, наш край очень богат природными лечебными факторами — минеральными источниками, грязевыми месторождениями, лесными, горными климатическими районами. Эти богатства необходимо шире использовать в целях оздоровления и лечения детей при различных заболеваниях. Уровень здоровья и физического развития детей за последние годы повышается, однако существуют некоторые заболевания, число которых пока не уменьшается (аллергические, сердечно-сосудистые, желудочно-кишечные, опорно-двигательного аппарата). Истоки многих заболеваний взрослых нужно искать и предотвращать в детском возрасте [2].

И, в-третьих, санаторное лечение, способствующее максимальному восстановлению здоровья детей после перенесенных заболеваний, предупреждению хронических форм, повышению функциональных возможностей и резервов здоровья растущего организма, приобретает все большую актуальность.

В данной работе была проведена сравнительная характеристика детских санаториев в городе Барнауле. Мною было выбрано два санатория, первый - Краевой психоневрологический детский санаторий и второй – Санаторий Обь, а точнее его отделение Мать и Дитя. Именно два этих санатория специализируются на заболеваниях опорно-двигательного аппарата и нервной системы, которые в настоящее время всё чаще стали встречаться у детей.

Сравнительная характеристика приведена в таблице № 1, осуществлялась она по следующим параметрам:

1. Месторасположение;
2. Мощность;
3. Оснащенность;
4. Лечебные факторы, используемые в санатории;
5. Развитость структуры санатория;
6. Ценовая политика;
7. Комплекс дополнительных услуг;
8. Организация культурно-массовой деятельности;
9. Достижения, награды.

Каждый параметр характеристики будет оцениваться по 5 бальной шкале. После чего баллы полученные санаториями будут суммированы и проанализированы с точки зрения совершенствования современных требований и особенностей функционирования санаториев.

Таблица.1

Параметры	Краевой психоневрологический детский санаторий	Баллы	Отделение Мать и Дитя Санатория «Обь»	Баллы
Место расположения	Место расположения санатория очень удобно: он находится близко к центру города и в то же время рядом с парком, объединяя в себе одновременно и близость цивилизации со всеми ее преимуществами, и близость природы.	4	Санаторий "Обь" расположен в экологически чистой нагорной части города Барнаула, в одном из живописных мест соснового бора. Корпус санатория утопает в зелени ажурных крон сосен.	4
Мощность	Санаторий расположен в 4-этажном типовом здании, рассчитанном на 75 коек стационарного пребывания детей. В нем в течение 21 дня осуществляется восстановительное лечение детей с 2 года до 18 лет. В учреждении организовано пребывание матери по уходу за ребенком со среднетяжелыми и тяжелыми формами заболеваний.	3	На берегу реки Обь в прекрасной парковой зоне расположены коттеджи отделения для родителей с детьми - отделение "Мать и дитя", рассчитанном на 85 мест. Здесь проходят лечение дети в возрасте от 4 до 14 лет с родителями.	5
Оснащенность	Санаторий постоянно внедряются новые методики, закупается новое оборудование (некоторые техники лечения нигде в крае больше не используются). Благодаря большому арсеналу физиотерапевтической аппаратуры каждому ребенку подбирается индивидуальная программа реабилитации.	4	Оснащенности современными аппаратами в санатории уделяется большое внимание, на сегодняшний день в нем используется большой арсенал преформированных физических факторов, например японский аппарат магнито-вибротермотерапии В санатории имеются все современные методы физиотерапии: • лазерная терапия • магнитотерапия • озонотерапия и другие.	3
Лечебные факторы, используемые в санатории	Ведущим методом реабилитации детей является активный двигательный режим. Основой лечебно-оздоровительного комплекса является отделение лечебной физкультуры, механотерапия и лечение костюмами «Адели». Также в санатории используется грязелечение, водолечение, теплолечение.	5	Климатолечение проводится в течение всего года. Отличительной особенностью санатория является то, что в лечении используется природное богатство Алтайского края - иловая сульфидная грязь озера «Малое Яровое» и Завьяловская минеральная вода. Минеральная вода среднеминерализованная, сульфатно-хлоридная сложного катионного состава.	4
Развитость структуры	В Краевом детском психоневрологическом санатории оказывают консультативную и лечебную помощь врачи: невролог, психотера-	5	Структура отделения небольшая, но лечения и процедуры пациентам оказывает медперсонал, который непосредственно работает	3

сана- тория	певт, ортопед, психолог, логопед, рефлексотерапевт, физиотерапевт, врач ЛФК, стоматолог. Санаторий тесно сотрудничает с кафедрами терапии и семейной медицины, неврологии и восстановительной медицины АГМУ. Также на территории санатория работает школа.		в санатории. В санатории имеется штат узких специалистов, а также большое разнообразие врачей оказывающих различного рода процедуры.	
Цено- вая поли- тика	Все путевки реализуются через ТФОМС и выдаются пациентам абсолютно бесплатно.	5	Стоимость одного койка дня в отделении Мать и Дитя составляет 3800 рублей.	4
Ком- плекс до- полни- тель- ных услуг	В санатории используются индивидуальные занятий, логопедического массажа, элементов психотерапии и акупунктуры. С 1995 года в санатории внедрен уникальный и эффективный метод лечения «Космическими» костюмами. Так же для лечения используется термокамера.	5	В санатории располагается отделение SPA терапии, где проводятся не только медицинские, но и косметические процедуры. Также в теплое время года применяется такой метод лечения как Иппотерапия. Из методов традиционной медицины в санатории представлены иглорефлексотерапия, в том числе Су-Джок терапия, гомеопатия и мануальная терапия.	5
Орга- низа- ция куль- турно- массо- вой дея- тель- ность	Педагогами и воспитателями организуется досуг детей, проводятся спортивные мероприятия, праздники с участием детей, приглашаются творческие коллективы. Так же по выходным проводятся различные выездные экскурсии по городу.	4	Санаторий располагает кинозалом на 200 мест, музыкальным салоном, танцевальным залом, библиотекой и читальным залом. Проводятся концерты, лекции, вечера отдыха в танцевальном зале, экскурсии по городу, демонстрируются кинофильмы, работает бар. Бассейн, солярий. Прогулки на теплоходе по реке.	4
Дос- тиже- ния, награ- ды.	Краевой психоневрологический детский санаторий стал лучшим в Сибири. Это было определено в рамках отборочного этапа Межрегионального конкурса «Лучшие товары и услуги Сибири – Гемма». По результатам заключения независимой экспертной комиссии наивысшую оценку конкурса получил комплекс санаторно-оздоровительных услуг учреждения — 171 балл из 175. Санаторий был награжден золотой медалью.	5	Воспитанники конноспортивной школы санатория ежегодно занимают призовые места в соревнованиях по Сибирскому ФО и Алт. Кр. По заключению специалистов Томского НИИ курортологии и физиотерапии район санатория «Обь» относится к местностям I ранга - особо благоприятных для рекреации и климатолечения [1].	5

Исходя из данных таблицы, детский краевой психоневрологический санаторий является наиболее удовлетворяющим современным требованиям и особенностям функционирования, в отличие от отделения «Мать и Дитя». Но у обоих объектов анализа имеются свои недос-

татки, в том или ином параметре. Для повышения качества оказания медицинской реабилитации им необходимо, воспользоваться следующими методами совершенствования функционирования:

1) Для качественного оказания услуг необходимо постоянное модернизация и совершенствование оборудования, этому должно уделяться большое внимание, как со стороны государства, так и со стороны санатория [3].

2) Также необходимо по мере возможности увеличивать мощность санатория и проводить реабилитацию большего числа детей, увеличивая свои показатели с каждым годом на 5-10%.

3) Большое внимание должно уделяться культурно-массовой деятельности, которая также способствует восстановлению как физического, так и психологического здоровья.

Список литературы:

1. Официальный сайт санатория «Обь» [электронный ресурс] – режим доступа <http://www.sanatorium-ob.ru/> - Загл. с экрана

2. Лебедева Д. Д. Санаторно-курортное лечение детей / Д. Д. Лебедева – М., 2006 г. – 400с.

3. Приказом Минздравсоцразвития России №138н от 27 марта 2009 г. «О порядке организации работы по распределению путевок и направлению больных из учреждений, оказывающих специализированную, в том числе высокотехнологичную, медицинскую помощь, на лечение в санаторно-курортные учреждения, находящиеся в ведении Минздравсоцразвития России»

4. Информационное письмо Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 29.05.2009 г. № 14-5/10/2-4265 «О направлении детей на санаторно-курортное лечение в санаторно-курортные учреждения, находящиеся в ведении Минздравсоцразвития России».

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЯ ДЛЯ ДЕТЕЙ

Швенко А.В. – студент, Герасимова О.Ю. – к.п.н., доцент кафедры
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

На современном этапе развития общества удовлетворенность качеством отдыха и развлечений, их доступность являются для человека индикаторами его социального положения, а для общества - показателями развития экономики страны в целом и ее социальной сферы в частности. С развитием потребности в развлечениях образовался сектор экономики, включающий предприятия развлекательной направленности, значительная доля которого отводится детской культурно-развлекательной индустрии, которая относится к сфере социально-культурного сервиса и туризма.

Сегмент детских развлекательных центров, является на настоящий момент одной из самых прибыльных отраслей индустрии развлечений в нашей стране. Это приводит к повышению интереса к нему как государственных организаций, так и частных структур. Отличительной особенностью нынешнего этапа развития рынка детских развлечений в России является ее проникновение и становление в российских регионах.

Основными факторами роста рынка являются повышение благосостояния населения, интерес к здоровому образу жизни, распространение гедонистических ценностей в обществе, бурное развитие крупных торговых центров.

В последние годы в сфере культурного досуга формируется новое направление – анимация. Технологии анимации предполагают в качестве основных подходов в воспитании «оживление» и «одухотворение» отношений между людьми, широкое использование общественных духовно-культурных ценностей, традиционных видов и жанров художественного творчества,

обеспечивая тем самым личности условия для включения в творческие, оздоровительные, образовательные, развлекательные виды деятельности [1].

В сфере досуга дети более открыты для влияния и воздействия на них самых различных социальных институтов, что позволяет с максимальной эффективностью воздействовать на их нравственный облик и мировоззрение. Отличительной особенностью детского досуга является его театрализация. Художественные образы, воздействуя через эмоциональную сферу, заставляют его переживать, страдать и радоваться, их воздействие часто намного острее жизненных коллизий. Иначе говоря, детский досуг благоприятен для формирования возвышенных идеалов и выработки системы ценностных предпочтений.

Жизнедеятельность современных детей предельно насыщена и относительно строго регламентирована, а потому требует больших затрат физических, психических и интеллектуальных сил. На этом фоне детский досуг, осуществляющийся преимущественно на основе игровой деятельности, помогает снять создавшееся напряжение. Именно в рамках досугового времени происходит восстановление и воспроизводство утраченных сил, то есть, реализуется рекреационная функция [2].

Таким образом, можно констатировать, что сущностью детского досуга является творческое поведение (взаимодействие с окружающей средой) детей, подростков и юношества в свободной для выбора рода занятий и степени активности пространственно-временной среде, детерминированный внутренне (потребностями, мотивами, установками, выбором форм и способов поведения) и внешне (факторами, порождающими поведение).

Игровая деятельность может дать нужный эффект при соблюдении следующих условий:

- во-первых, игры должны носить гуманный характер, преследовать благородную цель;
- во-вторых, при организации игровой деятельности необходимо учитывать возрастные, психолого-педагогические особенности различных групп детей и подростков;
- в-третьих, воспитательное и образовательное воздействие игр зависит от самой организации и методики проведения, которая, в свою очередь, зависит от организатора развлекательных мероприятий [2].

На сегодняшний момент можно наблюдать стабильный рост отечественного рынка детских развлечений и, в том числе, увеличение количества многопрофильных детских развлекательных центров. Необходимость в организации отдыха детей стала возникать тогда, когда старые игровые площадки в конце девяностых годов пришли в негодность, а у людей появилась возможность больше платить за отдых своих детей. Развитие современных сетей детских развлекательных комплексов связано с логичным желанием родителей обеспечить приятный и безопасный досуг для своих детей.

Потенциальными потребителями услуг детского развлекательного центра являются дети и подростки с 2-х до 18 лет. Информация, предоставляемая официальной статистикой по возрастным характеристикам, имеет следующую градацию населения данной возрастной группы:

в возрасте от 0 до 4-х лет;

от 5 до 9 лет;

от 10 до 14 лет;

от 15 до 19 лет;

Современные детские развлекательные клубы предоставляют комплекс услуг:

-игровые площадки,

-кафе и рестораны,

-шоу-программы,

-организацию праздников и многое другое.

Детские развлекательные клубы дают возможность родителям оставить детей на несколько часов или даже на целый день на попечение клоунов и гувернеров, а самим заняться своими делами.

Центр любого детского клуба - игровая площадка. Максимум площади отводится под:

-аттракционы,

-горки,

- лабиринты,
- сухие бассейны с пластиковыми шарами,
- игровые автоматы,
- качели и батуты,
- площадки с конструкторами [3].

В оформлении детской зоны в ТРЦ (торгово-развлекательном центре) используются яркие цвета, она изобилует воздушными шарами и прочими детскими радостями. Здесь периодически проводятся спектакли, выступления фокусников и цирковых артистов. Как правило, совсем маленький ребенок обязательно находится под присмотром отдельного гувернера. Некоторые клубы позволяют оставлять детей постарше без найма персонального сотрудника, а в других родителям необходимо заключить контракт, в котором указана подробная информация о ребенке вплоть до телефона личного врача, чтобы при возникновении непредвиденных ситуаций можно было получить его консультацию. Практически в любом заведении оборудованы детские бары по типу шведского стола. Для торжественных случаев разрабатывается специальная программа с банкетным меню и изготовлением праздничного торта. Шведский стол, игровая площадка и различные шоу включены в стоимость входного билета. Обязательная часть клуба - ресторан или кафе достаточно высокого уровня для взрослых. Чтобы родители могли наблюдать за детьми, зал ресторана часто оборудован мониторами, которые транслируют происходящее в детской части комплекса, а также одна из стен между двумя зонами может быть сделана прозрачной [4].

Цена на услуги объектов развлечения для детей зависит от сегмента исследуемого Рынка. Однако можно выделить некоторые общие принципы ценообразования на Рынке. Таким образом, цена на услуги объектов досуга и развлечений зависит от следующих факторов: позиционирования бренда, места расположения (города, района), дня недели времени посещения, возрастной категории, формата заведения, уровня обслуживания и так далее.

Как показывает практика, лучше всего развлекательная функция развивается параллельно с торговлей, а вот формат открытых парков развлечений не получил должного развития. Это связано с ограниченностью и высокой стоимостью больших участков земли, способных разместить различные виды развлечений.

По данным Российской ассоциации парков и производителей аттракционов, в стране насчитывается около 650 парков развлечений, в том числе 30 крупных. Большинство российских операторов рынка используют технику отечественного производства.

В Москве работает более 600 аттракционов, которые эксплуатируют, по приблизительной оценке, 30-40 компаний. Такую значительную долю российского рынка Москва занимает не только за счёт большей аудитории, но и за счёт более высоких цен [4].

Основной тенденцией в последние годы стал выход на рынок детских развлечений «нетрадиционных» игроков, таких, как боулинг-центры и кинотеатры. В последнее время появилась тенденция роста конкуренции между сегментами детских развлекательных центров и боулинг-центрами. Боулинг-центры расширяют спектр предоставляемых услуг, открывая детские зоны.

Список литературы:

1. Афанасьев А.Д. Ожидается бум открытия детских развлекательных центров.- Эксперт, 2008 - №12 – С.34-37.
2. Бирженюк Г.М., Бузене Л.В., Горбунова Н.А. Методическое руководство культурно-просветительной работы. - М.: Просвещение, 1989. - 142 с.
3. Приезжева Е. М. Социально-культурная анимация в туризме. - М.: РИБ Турист, 2003.- 63 с.
4. Ярошенко Н. Н. Социально - культурная анимация: Учебное пособие. - М., РЗИ МГУКИ, 2000. - 109 с.

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ГОРОДСКОГО ТУРИЗМА

Шевченко В.А. – студент, Петракова Т.Г. - к.и.н., доцент

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

В последние годы развитию туризма в городах России со стороны органов власти уделяется особое внимание. Отметим, что событийный туризм в городах стран Европы занял важное значение в системе городского туризма. В современных туристских центрах регулярно проходят культурные и спортивные мероприятия различного масштаба и тематики. Это могут быть события мирового значения (Олимпийские игры, конкурс красоты «Мисс мира»), регионального (чемпионаты Европы по футболу), национального (музыкальный или кинофестиваль, спортивные соревнования какой-либо страны), а также локального (воспроизведение исторических сражений, дни культуры Средневековья). Они обеспечивают приток туристов и дополнительные поступления от них. Так, во многих шведских городах ежегодно устраиваются дни культуры викингов, привлекающие тысячи туристов. Для истинных ценителей, приверженцев и знатоков участие в том или ином событии является основным мотивом приезда в город и пребывания в нем. Для других возможность личного присутствия на мероприятии является дополнительным аргументом в выборе туристского центра.

В настоящее время события различного масштаба воспринимаются в качестве дополнительного элемента городского туристского продукта. Однако некоторые города продвигают себя как центры событийного туризма. Так, традиционными для г. Пскова являются Пушкинский фестиваль, фестиваль воздухоплателей, фестивали исторической реконструкции, Масленица, День скобара и Медовый фестиваль. Реализация всех этих мероприятий позволяет привлечь в город туристический поток, а также улучшить состояние туристической индустрии.

Блок событийного туризма включает в себя ряд мероприятий культурного, спортивного, этнографического, выставочного (делового) видов туризма. Но далеко не все из проводимых мероприятий следует относить к событийному, а именно те, которые приносят какой-либо доход и, следовательно, могут считаться ресурсной составляющей места (страны) их проведения.

Существует множество определений событийного туризма. Так, Бабкин А.В. рассматривает событийный туризм как непреходящую атмосферу праздника, индивидуальные условия отдыха и незабываемые впечатления, множество ярких неповторимых моментов. Колупанова И.А. отмечает, что событийный туризм – это вид туризма ориентированный на посещение местности в определенное время, связанный с каким – либо событием. В мире множество стран, и в каждой из них происходят события из области культуры, спорта, искусства – нечто, представляющее собой историческую, культурную, спортивную ценность и важность. Долженко Г.П. под событийным туризмом понимает туристскую деятельность, связанную с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большие массы соотечественников и туристов из зарубежных стран»

Исходя из вышеперечисленных определений, сформулируем более точное определение понятию «событийный туризм». Событийный туризм – это вид туристской деятельности, в основе которого лежит посещение какого-либо экзотического, уникального события, выделяющегося своей неоднозначностью, значимостью для данного общества или человечества в целом, для малых групп или индивидуумов. Это могут быть мероприятия, связанные с культурным, культурно-историческим, спортивным, религиозным, национальным событиями, с наблюдением природного явления, получением образования, зарубежной стажировкой, организацией свадеб и других мероприятий подобного типа, приносящих какой-либо доход и, следовательно, могущих считаться ресурсной составляющей места (страны) их проведения.

Как было сказано выше, мероприятия событийного туризма имеют большое экономическое значение. В период их проведения активизируется деятельность всех объектов турист-

ской индустрии. Потребительский спрос значительно превышает предложения. Наблюдается возрождение местных культурных традиций, обычаев, развитие народного творчества.

Таким образом, главными особенностями событийного туризма являются то, что в основе общественных событий лежат обычаи и традиции, события используются для формирования турпродукта, происходит неразрывная связь с другими видами туризма (деловой, религиозный, гастрономический, спортивный и др.)

Туристский бизнес всегда активно использует события для формирования туристского продукта и привлечения туристов именно на событие. В период планового события резко активизируется туристская деятельность объектов туристской индустрии. Лидирующие позиции в отдыхе такого плана занимают заграничные страны, такие как: Франция, Германия, Испания, Великобритания, Япония и др., но и Россия – не исключение, имеется большое желание и ведется работа в целях войти в число стран с высоким «событийным» потенциалом и получить права на проведение массовых мероприятий, а соответственно и привлечь многие тысячи состоятельных туристов.

Целевая аудитория событийного туризма – это обеспеченные туристы с доходом выше среднего, а также компании, состоящие из нескольких пар.

Событийный туризм является значимой частью культурного туризма, формирует имидж туристского города, обеспечивает функционирование инфраструктуры туризма.

Событийный туризм, опирающийся на привлечение массового контингента туристов, пользуясь каким-либо событием культурной или спортивной жизни города требует:

1. формирование программы событийного туризма (фестивали, конкурсы, городские праздники и т.д.);
2. разработки ключевого события (событий) года и своевременное информирование о нем;
3. разработки и проведение крупных знаковых мероприятий в культурной, научной, спортивной жизни города, новых праздничных программ, конференций, конгрессов, «круглых столов», привлекающих большое количество участников и гостей из России и зарубежных стран.

Очевидно, что для реализации данных целей необходимо объединение усилий государственных органов управления, предприятий сферы туризма, инфраструктуры отдыха и развлечений, всех ключевых организаций, заинтересованных в росте посещений туристами города. Помощью в решении этой задачи могло бы стать создание единого Центра маркетинга, продвижения и рекламы туристских возможностей Барнаула.

Для развития событийного туризма в городской среде необходимо предусмотреть;

- выделение ряда наиболее значимых городских событий, которые должны стать дополнительным фактором привлечения туристов в город: День города, ежегодные фестивали, праздники, выставки;
- составление и распространение календаря значимых мероприятий, проходящих в городе и окрестностях;
- проведение широкомасштабной рекламной деятельности, информирующей о событиях, происходящих в культурной, деловой и спортивной жизни.

Масштабное событие поможет посредством туристского продукта показать традиции, историю того или иного города и региона в целом, тем самым, привлекая больше туристов.

Но в настоящее время направление событийного туризма в России, в отличие от Европы, недостаточно разработано.

Список литературы:

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма: учеб. пособие / А. В. Бабкин – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
2. Надилов А. Н. Роль городской администрации в поддержке туризма и туристской индустрии. – СПб.: ОЛБИС, 2006

3. Поднебесные риски событийного туризма // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2007. - № 4.
4. Интернет журнал о событийном туризме [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://event-review.ru>
5. Событийный туризм. Компания «Ависта» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.avista.su/papers.php?id=2>
6. Что скрывает «событийный туризм» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kruizru.ru/print/item/4522/>