

СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ПАССАЖИРСКИХ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ПЕРЕВОЗОК В СФЕРЕ ТУРИЗМА ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЫ

Антропова Т. – студентка, Колупанова И.А. - к.и.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

На современном этапе индустрия туризма является одной из наиболее динамично развивающихся сфер в международной торговле услугами. В последние 20 лет среднегодовые темпы роста числа прибытий иностранных туристов в мире составили 5,1%, валютных поступлений - 14% [3, с. 18].

При этом отмечается не только тенденция к постоянному возрастанию количества путешествующих лиц, но и неуклонно растут и развиваются сопутствующие производства и отрасли сферы обслуживания туристов. К одной из таких отраслей относятся пассажирские железнодорожные перевозки.

В этой области Россия обладает совершенно уникальными свойствами, которые не характерны ни для одной другой страны мира. В нашей стране роль пассажирского железнодорожного транспорта стратегически значима ввиду относительно низкой стоимости перевозок, а железные дороги являются единственным доступным способом перемещения по стране для большинства туристов. Тем не менее, предстоит решить еще немало проблем и противоречий, копившихся десятилетиями, чтобы превратить пассажирские железнодорожные перевозки в рентабельный и инвестиционно привлекательный бизнес. Ведь наращивая объем пассажирских железнодорожных перевозок, компании-операторы получают дополнительные доходы, укрепляют корпоративные мотивации персонала и побуждают туристические организации активизировать финансовое сотрудничество с транспортом. Поэтому создание прозрачной и эффективной бизнес-модели пассажирских железнодорожных перевозок сейчас становится ключевым элементом реформы железнодорожного транспорта РФ.

В связи с этим на современном этапе модернизации российских железных дорог государственные структуры всех уровней обращаются к исследованию возможностей использования опыта организации пассажирского железнодорожного комплекса других стран как одной из возможных основ преобразования собственного сектора.

В этом отношении особый интерес представляет опыт организации пассажирских железнодорожных перевозок в сфере туризма Западной Европы, темпы роста спроса на которые удваиваются каждые 20 лет.

Так, еще в начале 2000-х годов железные дороги Европы обнародовали далеко идущие планы существенного увеличения объема перевозок. Эти цели были подтверждены Европейской комиссией. В мае 2001 г. Международный союз железных дорог (МСЖД), Сообщество европейских железных дорог (CER), Международный союз общественного транспорта (UITP) и Союз европейской железнодорожной промышленности (UNIFE) выработали общую стратегию исследований и разработок на железнодорожном транспорте, нацеленную на создание примерно к 2020 г. единой общеевропейской сети железных дорог и увеличение к тому времени объема пассажирских перевозок в 2 раза. Данная стратегия оказалась эффективной, о чем свидетельствует беспрецедентный рост объема пассажирских железнодорожных перевозок в странах Западной Европы в последние годы.

В целом, развитие высокоскоростного железнодорожного движения в странах Западной Европы шло по двум направлениям [1, с. 155]. В Великобритании и Германии, например, с целью повышения скорости поездов совершенствовалась конструкция подвижного состава, и усиливался рельсовый путь; во Франции и Италии строились скоростные линии, стыкующиеся с уже имеющейся железнодорожной сетью. В «гонку за скоростью» включилось и большинство других европейских стран: Испания, Португалия, Австрия, Швейцария и т.д.

В настоящее время пассажирооборот высокоскоростных сообщений, превышающий 74 млрд. пассажиро-км, составляет около четверти общего пассажирооборота железных дорог Западной Европы, или 40 % пассажирооборота в междугородных сообщениях, равного примерно 200 млрд. пассажиро-км. Согласно прогнозам, обнародованным в 2002 г. на конгрессе Eurailspeed в Мадриде, пассажирооборот в междугородных сообщениях, главным образом именно благодаря высокоскоростным, в 2020 г. может достигнуть 260–390 млрд. пассажиро-км в зависимости от сценария развития нынешней ситуации [2, с. 6].

В свою очередь, строительство и эксплуатация скоростных железнодорожных магистралей в Западной Европе привели к созданию единой железнодорожной сети, что во многом обусловило унификацию и высокий уровень сервиса в сфере обслуживания пассажиров в этом регионе. Так, сегодня практически все скоростные поезда оборудованы установками для кондиционирования воздуха; информационными табло с указанием плана размещения мест в вагоне; цветными пиктограммами, информирующими о работе ресторанов, занятости туалетов. Во многих поездах организована телефонная и почтовая связь; производится бронирование мест в гостиницах и заказ автомобилей на прокат; для перевозки личных автомобилей предоставляются специальные железнодорожные платформы.

Однако, несмотря на достигнутый высокий уровень обслуживания пассажиров, железнодорожные перевозчики продолжают совершенствовать свою деятельность в этой области. Так, например, итальянская железнодорожная компания «Trenitalia Spa» оснащает свою сеть новыми поездами Coradia, сконструированными с использованием новейших технологий, позволяющих значительно снизить уровень шума в салонах и создать более комфортные условия путешествия.

Строительство новых и модернизация старых вокзалов сопровождаются единым принципом размещения служб, что дает возможность пассажирам легко ориентироваться на вокзале любого крупного города. Камеры хранения помимо обычных ячеек оборудуются ячейками-холодильниками и отсеками для крупногабаритных предметов, а также столами для упаковки вещей с необходимыми для этого материалами.

Также правилами обслуживания пассажиров железнодорожными перевозчиками большинства западноевропейских стран предусмотрено покрытие расходов, которые могут нести пассажиры в случае отмены или задержки поезда по вине железных дорог. Помимо этого, на западноевропейских железных дорогах существует большое количество скидок на проезд для различных категорий пассажиров.

В заключение хочется отметить, что в странах Западной Европы большой популярностью пользуются туристские и экскурсионные поезда. Сегодня туристские маршруты пронизывают практически всю разветвленную железнодорожную сеть Западной Европы. Девиз операторов, специализирующихся на организации туров по железной дороге в данном регионе: «Мы пойдем везде, где есть рельсы».

Таким образом, благодаря развитию высокоскоростного движения на железных дорогах мира, а также расширению ассортимента услуг и совершенствованию сервиса железнодорожный транспорт в странах Западной Европы в настоящее время составляет ощутимую конкуренцию воздушным перевозкам.

Список литературы:

1. Осипова О.Я. Транспортное обслуживание. Обслуживание туристов. – М.: Академия, 2006. – 384 с
 2. Чирилло Дж. Перспективы рынка железнодорожных перевозок в Европе // Rail International. – 2004. - № 10–12. – С. 4-12.
- Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрией туризма: учебное пособие. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: КНОРУС, 2007.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Анциферова А. - студентка, Дунец А.Н. – к.г.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Историко-культурный потенциал является основой познавательного туризма. Он представлен различными видами исторических памятников, мемориальных мест, народными промыслами, музеями, то есть сочетаниям объектов материальной и духовной культуры. Каждая эпоха оставляет свой след, который обнаруживается в культурных слоях при археологических раскопках. Практически каждая местность может представлять интерес для познавательного туризма.

В целом среди памятников культурного наследия можно выделить:

- памятники археологии;
- культовую и гражданскую архитектуру;
- памятники ландшафтной архитектуры;
- малые и большие исторические города, типичные сельские поселения;
- музеи, театры, выставочные залы и другие объекты социокультурной инфраструктуры;
- объекты этнографии, народные промыслы и ремесла, центры декоративно-прикладного искусства;
- технические комплексы и сооружения.

В историко-культурный потенциал входит вся социокультурная среда с традициями и обычаями, особенностями бытовой и хозяйственной деятельности. Туристы, посещая ту или иную страну, воспринимают культурные комплексы в целом.

Территория Алтайского края уникальна в своем культурно-историческом наследии:

-имена и фигуры культурно-исторического значения общероссийского и международного масштаба, связанные с Алтайским краем: И. Пырьев, В. Шукшин, Г. Титов, В. Золотухин, Н. Рерих, П. Паллас, А. Гумбольдт, А. Брем и др. Десятки тысяч людей собирает ежегодно в конце июля Всероссийский Шукшинский кинофестиваль, основные торжества которого принимает гора Пикет в с. Сростки;

-многочисленные памятники, связанные с историей освоения региона разными народами, историей столкновений и взаимодействия цивилизаций и культур на территории Алтая. В крае наличествуют и активно посещаются туристами культурно-исторические памятники и культурные ресурсы макрорегионального, общероссийского и мирового уровня (например, пещера Аю-Таш (Денисова пещера), Сентелекский комплекс «Царский курган», Колыванско-Змеиногорский горнорудный комплекс);

-наличие базовой инфраструктуры (сети организаций культуры и искусства) для «культурного» туризма. В настоящий момент на территории края идет формирование системы музеев-заповедников – современного формата культурных парков.

Туристическими центрами Алтайского края издавна считается левобережье Катунь: Алтайский район, Белокуриха, Горная Колывань, в степной части - Завьяловский район, Яровое. А в последнее время к ним можно прибавить Чарышский и Солонешенский районы, которые начали активно развивать туристическую отрасль. Кроме того, нельзя забывать и о городах: Бийск, Змеиногорск, Барнаул. Да и даже в небольших селах, немало культурно-исторических, археологических памятников, которые могут заинтересовать туристов. Например, музей Германа Титова в селе Полковниково или Всероссийский мемориальный музей-заповедник Василия Шукшина в Сростках, археологические объекты в районе Денисовой пещеры в Солонешенском районе. По насыщенности объектами культурного наследия наш край занимает одно из первых мест в Сибири. Известно 599 памятников истории и искусства, 1038 памятников, посвященных Великой Отечественной войне, 623 памятника архитектуры, 2677 памятников археологии.

В 2002 году, в канун 200-летия Колыванского камнерезного завода, были полностью восстановлены все производственные объекты на территории шлифовальной фабрики. Взятые на контроль такие важные проекты, как комплекс ремонтно-реставрационных работ и приспособления к использованию зданий Барнаульского и Павловского сереброплавильных заводов, полным ходом идет процесс реставрации здания Народного дома (ныне Государственной филармонии Алтайского края), реконструкции ДК БМК и приспособления здания под Молодежный театр Алтай, укрепляется материальная база Всероссийского мемориального музея-заповедника им. В.М. Шукшина. История музея В.М. Шукшина начинается со Сростинской средней школы. После смерти В.М. Шукшина школьники под руководством завуча в ноябре 1974 года оформили стенд, посвященный жизни и творчеству прославленного земляка. Он с 1937 по 1944 года учился в Сростинской школе. Школе присвоили имя В. М. Шукшина. Началась работа по созданию школьного музея. 16 мая 1976 года школьный музей был открыт. В 1999 году музей обрел самостоятельность и стал Государственным музеем-заповедником. С 1999 года имеет статус Всероссийского и называется всероссийский мемориальный музей-заповедник В. М. Шукшина.

Другой историко-культурной достопримечательностью края, является наличие мест традиционного проживания казаков. Это бывшие населенные пункты Колывано-Кузнецкой оборонительной линии (г. Змеиногорск, с. Антоньевское, с. Николаевка, г. Бийск, с. Новопокровка, с. Чарышское и др.).

В настоящее время небольшое число туристских фирм занимаются организацией экскурсионных программ в города Алтайского края, которые известны своим богатым культурно-историческим наследием. Например, «АлтайТурсервис» (музей В. М. Шукшина), «Бийск-туризм» (Экскурсионные программы: Бийск, Белокуриха, Сростки), «Ариадна-тур» (экскурсии по Бийску) и некоторые другие. Турфирмам стоит обратить внимание на места, где историко-культурные ресурсы можно использовать в туристских программах. Нами предлагается экскурсионный маршрут «В гости к казакам». Он берет свое начало в Белокурихе и рассчитан на отдыхающих из других регионов Сибири. Экскурсионный тур полностью посвящен жизни казаков, их быту, ведению хозяйства. Для реализации тура необходим гостевой дом, который был бы представлен в традиционном казачьем стиле, где воссоздан уклад жизни местных жителей (казаков). Туристы размещаются в беленых гостиницах с ткаными половичками и вышитыми наволочками. Их ознакомят с бытом и традициями сельской глубинки, обучат навыкам прядения и вышивки, раскроют тайну выпечки настоящего хлеба и приготовления традиционных кушаний и любимых яств казаков. Помимо этого, желающие смогут получить бесценный опыт верховой езды, а также познакомиться с заповедными уголками здешней природы. В развлекательную программу также входят: катание на телеге, национальные танцы, гадания, игры у костра. Завершат мероприятие горячая банька с домашним кваском. Для многих туристов такой тур даст возможность вспомнить о жизни и традиционных занятиях своих предков.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ СЕРВИСА.

Бартниковская А.В. - студентка, Евстигнеева О.В. - доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Организационно-правовая форма юридического лица — это совокупность конкретных признаков, объективно выделяющихся в системе общих признаков юридического лица и существенно отличающих данную группу юридических лиц от всех остальных. Организационно-правовая форма юридического лица представляет собой вид и способ структурного построения предприятия (фирмы, компании и т.п.), предусмотренные законами и другими нормами хозяйственного права, зависящие от формы собственности, объема и ассортимента выпускаемой продукции, формирования его капитала, характера и содержания

деятельности, различающиеся по способу вхождения в различные межфирменные союзы, по методу ведения конкурентной борьбы и т.д.

Они (формы) позволяют человеку или коллективу обрести официальный статус хозяйствующего субъекта, стать общественно признанным участником производственной, торговой или другой хозяйственной деятельности.

Начало деятельности предприятия – это дата его государственной регистрации.

В Гражданском Кодексе РФ юридическим лицом признаётся организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Каждый хозяйствующий субъект имеет целый ряд прав, часть из которых определяет его внутреннюю самоорганизацию, а другая – регулирует взаимоотношения с государством, юридическими и физическими лицами.

Именно последние взаимоотношения определяют многие стороны механизма хозяйствования. К их числу можно отнести права начинать и вести предпринимательскую деятельность; привлекать на договорных началах и использовать финансовые средства; объекты интеллектуальной собственности и имущество; право самостоятельно формировать производственную программу, выбирать поставщиков и потребителей своей продукции и устанавливать на неё цены; распоряжаться прибылью предприятия и другие права. И другое качество – иметь самостоятельный баланс или смету.

Организационно-правовая система в стране с 1 января 1995г. формируется в соответствии с ГК РФ.

При характеристике предприятий необходимо иметь в виду, что понятие “организационно-правовая форма” и понятие “предприятие” неидентичны. В рамках одного предприятия могут быть объединены в качестве его участников разные формы, а в отдельных организационно-правовых формах можно соединить несколько самостоятельных предприятий. Каждая из правовых форм предприятий имеет различную степень обособления их владельцев, собственников. Для этого достаточно сравнить права владельцев открытого акционерного общества (они имеют право лишь на часть имущества предприятия и ограничены в выполнении управленческих функций) и хозяйственного товарищества (в которых имеет место тесное сближение собственника и имущества и предоставлена возможность непосредственно выполнять функции управления предприятием). Все предприятия в соответствии с ГК РФ в зависимости от основной цели делятся на некоммерческие и коммерческие. Некоммерческие предприятия отличаются от коммерческих тем, что извлечение прибыли у первых не является основной целью, и они не распределяют её между участниками.

Все организационно-правовые формы делятся на коммерческие и некоммерческие. Так как мы говорим сегодня о сервисных организациях, основной целью которых является приобретение прибыли за счёт оказания услуг, то целесообразно будет сделать вывод, что сервисные организации могут быть только коммерческие.

Хотелось бы более подробно остановиться на самой популярной организационно-правовой форме среди сервисных организаций.

Индивидуальный предприниматель (ИП).

Индивидуальный предприниматель (ИП) – организационно-правовая форма собственности, которая идеально подходит для малого бизнеса. ИП – это индивидуальная деятельность без образования юридического лица, т.е. Учредитель, будет вести предпринимательскую деятельность от своего собственного имени, и отвечать по своим обязательствам всем принадлежащим имуществом, за исключением имущества, на которое в соответствии с законом не может быть обращено взыскание.

Индивидуальный предприниматель (ИП) без образования юридического лица, являющийся физическим лицом, есть также организационно-правовая форма предприятия,

например, крестьянское (фермерское) хозяйство является предприятием, осуществляющее предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, а его глава признается предпринимателем с момента государственной регистрации крестьянского (фермерского) хозяйства.

Учредитель такого предприятия может нанимать сотрудников или не иметь других сотрудников вообще, занимаясь предпринимательской деятельностью полностью самостоятельно. Занятие индивидуальной предпринимательской деятельностью засчитывается как трудовой стаж и принимается во внимание при расчете пенсии.

Регистрация ИП является наиболее простой процедурой регистрации физического лица для осуществления предпринимательской деятельности, она занимает порядка 8 рабочих дней. Индивидуальной предпринимательской деятельностью могут заниматься как граждане РФ, так и иностранные лица, и лица без гражданства, постоянно проживающие на территории РФ, которые имеют разрешение, вид на жительство и регистрацию по месту постоянного проживания. Это предпринимательская деятельность граждан, осуществляемая без образования юридического лица, регулируется в основном теми же правилами и нормами Гражданского кодекса РФ, что и хозяйственная деятельность юридических лиц. Физические лица, так же как и организации, вправе заниматься любыми видами предпринимательской деятельности, не запрещенными законом, и совершать от своего имени любые разрешенные законом сделки, использовать наемный труд.

Несмотря на внешнюю простоту организации и оформления предпринимательской деятельности без образования юридического лица, индивидуальный предприниматель является полномочным субъектом хозяйствования. Он в праве заключать с другими юридическими и физическими лицами договоры гражданско-правового характера, т.е. выступать в качестве не только исполнителя, но и заказчика работ и услуг.

В отличие от физических лиц, не занимающихся предпринимательской деятельностью, ответственность индивидуальных предпринимателей по принятым обязательствам наступает независимо от их вины. Как и юридические лица, они освобождаются от ответственности только в том случае, если неисполнение обязательств имело место под воздействием непреодолимой силы (форс-мажорных обстоятельств), к которым не относятся нарушения обязательств другими субъектами хозяйствования, недостаток финансовых или материальных ресурсов

Преимущества данной организационно-правовой формы заключаются в следующем:

1) предприятие легко зарегистрировать, бюрократические процедуры незначительны;

2) владелец предприятия располагает полной свободой действий по сравнению с обществами или товариществами и поскольку доход предпринимателя непосредственно зависит от того, насколько успешно он действует в области бизнеса, таким образом, появляется стимул к эффективному ведению бизнеса;

3) достаточно низкие по сравнению с юридическими лицами ставки налогообложения: предприниматель не платит налог на добавленную стоимость (НДС), налог на прибыль и т.д., он платит только индивидуальный подоходный налог, который относится к прогрессивным налогам (на нынешний момент ставка по нему составляет от 12 % до 45 % – максимальная ставка при годовом доходе свыше 300 тысяч рублей, правда есть серьезные опасения, что при реалиях существующей экономической системы с учетом инфляции максимальная ставка этого налога приведет к следующей ситуации: практически все слои населения, включая те, чей доход ниже прожиточного минимума, будут облагаться налогом по максимальной ставке).

Данная правовая форма наиболее распространена среди мелких и средних предприятий.

Таким образом, в условиях рыночной экономики и действующего законодательства (см. статью Конституции 34, п.1 Российской Федерации о праве использования своих способностей для осуществления экономической деятельности) каждый предприниматель добровольно может выбирать ту или иную организационно-правовую форму предприятия.

Для выбора одной из организационно-правовых форм при создании предприятия следует

учитывать ряд факторов. Это и количество участников, и порядок формирования первоначального капитала, а также защита прав кредиторов, права и обязанности учредителей, состав органов управления и их компетенцию, порядок распределения прибыли среди учредителей при различных организационно-правовых формах.

Знание организационно-правовых форм бизнеса дает возможность предпринимателям успешно открывать и расширять собственное дело, принимать грамотные экономические и юридические решения. Без этих знаний в России невозможно построение цивилизованной системы предпринимательских отношений, которые, в свою очередь, являются основой экономического развития и процветания страны. Поэтому сейчас осуществляются постоянные преобразования и корректировки в этой области с целью создания упорядоченной системы функционирования и взаимоотношения различных фирм и предприятий.

КУРОРТ КАРАЧИ В 1920–1930-Е ГГ.

Белкина Д. – студентка, Исаев В.В. – к.и.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

В первые годы Советской власти ведущим сибирским курортом становится «Карачи». Этот курорт рассматривается советскими властями как важнейший оздоровительный центр советских трудящихся. Привлечение необходимых средств и научно-медицинских кадров способствует быстрому подъему курорта пострадавшему в годы Гражданской войны.

Эксплуатация рекреационного потенциала Карачи началась еще в дореволюционный период. В 1889 г. на северном берегу озера предприниматель Нараковский открыл примитивный курорт на участке земли арендованной у местного татарского общества. В 1894–95 гг. озеро перешло в казну.

В 1900 г. Карачи привлекли внимание управления Сибиркой железной дороги, и в 1901 г. на южном берегу был организован железнодорожный курорт, рядом с которым в 1911 г. возник частный курорт Щеглова. В 1913 г., восточнее железнодорожного, был открыт курорт купца Кетова. На противоположном берегу в это время функционировало уже два курорта – Меленис и Малиновского.

Начало научно-исследовательской работы на озере относится к 1912–14 гг. (Валединский, Хворов). С этого времени были намечены, показанные для лечения на озере заболевания и упрочилась репутация последнего, как ценного лечебного места.

Во время гражданской войны курорты озера Карачи сильно пострадали и к 1920 г. состояние их было крайне печальным. По отчету директора Шостак все здания были разрушены, уничтожена половина рапного отделения на железнодорожном курорте, машинное отделение; мебель, белье, инвентарь расхищены.

В 1920 г. карачинские курорты были национализированы, объединены в один курорт Карачи и с этого времени начался их восстановительный период, а также возобновилась обследовательская работа.

В 1920 г. производятся теодолитная и гипсометрическая съемка озера, промер его глубины, определяется мощность пласта грязи. Было положено начало правильной организации лечебного дела, углубленному изучению бальнеологического лечения и метеорологических условий местности.

Развертыванию курорта в значительной мере помог 666-й полевой госпиталь. В 1920 г. через курорт прошло 1644 больных. В 1921 г. организуются 4 стационарных отделения, для работы на курорте привлекаются профессора, врачи и студенты Томского университета, проводятся метеорологические наблюдения, буровые работы, заканчивается съемка и нивелировка местности.

В 1922 г. в связи с ограничением снабжения отмечается некоторый упадок в жизни курорта (1022 больных), но, несмотря на трудности, развертывается нервное отделение с

электротерапевтическим кабинетом и лаборатория.

В 1920–1923 гг. инициатором и руководителем исследовательских работ по изучению озера Карачи был профессор И.Ю. Валединский.

В течение 20 лет природные богатства курорта изучал профессор М.Д. Рузский, создавший здесь биологический музей. С 1925 г. научное руководство здравницей осуществлял Томский филологический институт во главе с профессором М.Г. Курловым. В этот период был проведен ряд работ по организации и постановке бальнеологического дела на курорте, а также по изучению свойств целебного озера.

С 1926 г. научным руководителем курорта становится ученик профессора М.Г. Курлова профессор медицинского института Н.Д. Либеров. В течение 15 лет он осуществлял консультационную работу и научное руководство. Деятельность профессора Н.Д. Либерова была разнообразной и оставила глубокий след в истории курорта. Под руководством Н.Д. Либерова были выработаны детальные схемы пользования рапой и грязью для лечения различных заболеваний суставов, нервной системы и женских болезней, показания и противопоказания к лечению на курорте. При непосредственном содействии Н.Д. Либерова сформировался постоянный коллектив врачей.

До 1931 г. курорт функционировал как летняя сезонная лечебница, но со временем все более актуальным становился вопрос о более рациональном использовании курорта. Еще зимой 1930–1931 г. лечебницу использовали в качестве дома отдыха. Но уже с ноября 1931 г. курорт перешел на круглогодичную работу, что позволило значительно увеличить его пропускную способность». Так, если в 1930 г. на курорте лечилось примерно 1550 больных, то в 1932 г. услугами лечебницы воспользовалось уже 3267 человек.

В 1931 г. на курорте успешно работали рапное и грязелечебное отделения на 24 и 20 ванн соответственно, физиотерапевтическое отделение, рентгеновский кабинет, лаборатория с особым кабинетом для реакции Вассермана, массажная, антропометрический кабинет, солярий, поликлиника с кабинетами специалистов, аптека, купальни. На курорте имелся великолепный курзал, клуб, зал лечебной гимнастики и т.д.

Обслуживался курорт врачами-клиницистами омских и томских клиник под руководством профессора Н.Д. Либерова.

Важной вехой в истории курорта явилось строительство в 1937 г. здания новой грязеводолечебницы по типу южных здравниц. Грязеводолечебница на 40 грязевых кушеток и 44 ванны, была сооружена по последнему слову строительной техники того времени. Полная эксплуатация грязелечебницы давала возможность осуществлять за рабочий день 3500 процедур. С этого времени курорт мог принимать 700 стационарных больных.

К началу Великой Отечественной войны курорт «Карачи» представлял собой благоустроенное лечебное учреждение с современным оборудованием и штатом опытных врачей бальнеологов возглавляемых профессором Н. Д. Либеровым. В годы войны на базе курорта был создан госпиталь санаторного типа, который обслуживал эвакуационные тыловые госпитали.

Список литературы:

1. Казначеев, В. П. Курорт «Озеро Карачи» /В. П. Казначеев. – Новосибирск, 1973.- 36 с.
2. Кривонос, Я. Т. Курортный бум: из истории дореволюционных здравниц Алтая /Я. Т. Кривонос. // Профсоюзы Алтая. – 1993.-20-26 ноября.
3. Курорт озеро Карачи: сборник работ / под ред. проф. Н. Д.Либерова – Омск, 1930. - 48 с.
4. Курорт «Озеро Карачи» – Новосибирск, 1962. - 32 с.
5. Новониколаевск // Жизнь Сибири – 1923. № 9 – 10. – С.5.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ САНАТОРИЯ «АЛТАЙ- WEST » КУРОРТА БЕЛОКУРИХА.

Браун Е. А. – студент, Панин Е. Л. – к.м.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Чемал является наиболее благоприятным районом Республики Алтай (Р.А.) для организации оздоровительного отдыха. Теплое солнечное лето, богатая красками продолжительная осень и мягкая, малоснежная зима делают Чемальский район особенно привлекательным для туристов. По количеству солнечных дней в году Чемальский район сравним только с Крымом. Среднегодовая температура воздуха +3,2оС. В советское время Чемал получил громкую известность как горно-климатический курорт благодаря мягкому климату, а так же воздуху сосновых лесов с большим содержанием фитонцидных веществ (1).

Таким образом, целью нашей работы было исследование современного состояния и перспектив дальнейшего развития санаторного комплекса «Алтай-West».

В процессе проведения нашего исследования решались следующие задачи: изучить перспективы проекта создания санаторного комплекса «Алтай-West» в Р.А. и проанализировать тенденции его дальнейшего развития.

В Республике Алтай будет построен филиал крупнейшего в городе-курорте Белокурихе санатория «Алтай-West». Этот проект должен стать одним из значимых в особой экономической зоне Р.А. по объему инвестиций – собственники санатория намерены вложить в него около 2 млрд руб. Как сообщили в ОАО «Алтай-West», строительство филиала санатория уже началось. Под строительство оформлен земельный участок площадью 33 га в 1,5 км от райцентра Чемал вверх по течению Катуня. В настоящее время прорабатываются детали проекта. В конце мая он будет презентован в правительстве Р.А., а в июле презентация пройдет в Москве(2).

Согласно проекту, в новом санаторно-курортном комплексе будет 250 мест, 50 из которых рассчитаны на детей. Планируется возвести гостиничный комплекс на 80 мест, коттеджный комплекс для вип-клиентов. Основными профилями лечения в данном санатории будут заболевания нервной и легочной систем, а также общее укрепляющее лечение. В состав комплекса войдут теннисные корты, волейбольные площадки, площадки для мини-футбола и скалолазания, а также открытый бассейн с подогревом с элементами аквапарка и детский гимнастический городок. На территории комплекса будут воссозданы традиционные алтайские жилища – айлы. Для организации конного туризма планируется построить конюшню на 30 лошадей. В планах инвесторов также есть открытие международного центра реабилитации космонавтов, астронавтов и представителей других «сложных» профессий(3).

Строительство будет осуществляться в рамках постановления правительства РФ от 3 февраля 2007 года «О создании на территории муниципального образования «Чемальский район» Республики Алтай ОЭЗ туристско-рекреационного типа». Благодаря постановлению стало возможным привлечение госинвестиций в строительство инфраструктурных объектов. В частности, планируется реконструкция Чуйского тракта и проведение дополнительной линии электропередач к территориям, на которых предстоит новое строительство в рамках ОЭЗ.

«В настоящее время в Горном Алтае нет санаториев высокого уровня. Единственное санаторное учреждение – это небольшой пульмонологический санаторий под Чемалом, построенный в 1936 году. Между тем Чемал славится великолепным климатом, способствующим лечению легочных заболеваний. Так что перспективы у проекта немалые», — заметил начальник отдела внутреннего туризма компании «Олимпия Райзен-Сибирь» Денис Маслов. Таким образом ввод в эксплуатацию данного санатория положительно

скажется на состоянии дел в экономике района, в первую очередь за счет создания рабочих мест и оказания лечебно-профилактической помощи широкому кругу рекреантов.

Список литературы:

1. Панин Е.Л., Бовтун В.С. История курортного дела в России и за рубежом.-Барнаул: изд-во АлтГТУ, 2003 - 143 с.
2. <http://www.turistka.ru>
3. <http://www.business.ngs.ru>

КУСТАРНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ КАК ОДНА ИЗ ОСНОВ ФОРМИРУЮЩЕГОСЯ РЫНКА СЕРВИСНЫХ УСЛУГ Г. БАРНАУЛА ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XIX ВЕКА

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

Кризис горнозаводской промышленности обозначившийся на Алтае после отмены крепостного права во второй половине XIX в. заставил бывших горнозаводских рабочих искать новые источники заработка для поддержания благосостояния своих семейств.

Характерной особенностью Барнаула второй половины XIX в. стал рост кустарной промышленности которую представляли в основном мелкие производители – рабочие-кустари. Их деятельность, направленная на удовлетворение потребностей населения в определенных товарах была важной составляющей формирующегося рынка бытовых услуг.

Большинство кустарных производств, за исключением изготовления черных шуб и валенной обуви, в техническом отношении находились на низком уровне развития. Наибольший доход приносили выделка черных шуб, валенной простонародной обуви и шляп. К концу XIX в. в кустарном производстве было занято 150 рабочих-кустарей. При небольших расходах на покупку шерсти, кустарь в среднем, окупив производственные расходы, зарабатывал от 80 копеек до 1 рубля в день. Продукция в большинстве случаев сбывалась крупным заводчикам и скупщикам. Некоторые кустари, имевшие возможность продержаться, не сдавая продуктов своего производства до наступления зимнего сезона, продавали ее напрямую потребителю, избегая тем самым многочисленных посредников. К таким производителям относились те, кто либо не желал бросать свои семьи на 16–17 часов тяжелого рабочего дня и подчиняться режиму больших мастерских, либо те, кто по каким-либо причинам должен был оставить мастерскую по вине хозяина или же по личным мотивам. Но и после ухода из мастерской такие рабочие-кустари, испытывая материальные затруднения, не теряли связи с бывшим хозяином. Не имея достаточных средств на покупку шерсти, они вынуждены были обращаться в крупные мастерские и там получать работу на дом. При таких условиях труда рабочие получали за выделку одной пары 1 фунтовых пимов до 35 коп. и 7 фунтовых до 1 р. 50 коп. Окупая неизбежные производственные расходы, такой рабочий зарабатывал от 80 коп. до 1 руб. в день. С учетом цен на основные продукты питания и товары такой заработок едва обеспечивал содержание рабочего и его семьи.

Сравнительно меньше рабочие зарабатывали на выделке простых валенных шляп – от 50 до 75 коп.

Вышеназванные отрасли кустарной промышленности, создали особый тип отхожего промысла, суть которого сводилась к тому, что барнаульские кустари-пимокаты и шляпники нередко забирая с собой несложные орудия производства, направлялись в деревни, где существовал постоянный спрос на их продукцию.

Этот тип отхожего промысла был очень выгодным – вместо 45-50 коп. за пару пимов в городе, в деревне рабочий-кустарь получал до 75 коп. Кроме того, сельские жители старались дать для своего заказа хорошую шерсть, так называемую «веснину», которая легче обрабатывалась и была лучшей по качеству, в сравнении с шерстью которую предлагали

рабочим-кустарям городские предприниматели. Помимо пимокатов из города в деревню весной, ежегодно уходили рабочие крупных шубно-пимокатных мастерских, вследствие чего данное производство, до осени, сокращалось почти наполовину. Крупные предприниматели вынуждены были мириться с такой ситуацией. Причиной ежегодного ухода рабочих в деревню являлись тяжелые условия труда характерные для шубно-пимокатного производства, в больших мастерских рабочий день продолжался с 3 ч. утра до 8 ч. вечера, с перерывом на 1 час для обеда.

С наступлением весны рабочие старались отдохнуть на свежем воздухе и с этой целью нанимались в штукатуры, печники, плотники или просто на летние полевые работы.

Из других кустарных производств можно отметить изготовление кож, шорных изделий, сит из конского волоса и медной сетки, веревок, деревянной посуды, соломенных шляп, но давление со стороны крупных производителей и низкий уровень развития промысловой техники ограничивали рост производства в этих отраслях кустарной промышленности.

Более существенное значение имело производство топоров, зимних экипажей, железных печей и особенно сох-пермянок.

Первоначально эти кустарные производства приносили своим хозяевам значительный доход. Так, например, топорные мастера Лянгузов, Треухин и Шумихин, экипажный Быков, самоварный Семионов и мастера по выделке сох Бутылев, Данилов, Носков и Килин превратились в самостоятельных предпринимателей и крупных домовладельцев. Бутылев, широко использовавший труд наемных рабочих, ежегодно выработывал до 5 тыс. сох, Данилов и Килин до 1 тыс. и Носков до 800 шт. Однако с 90 - х гг. XIX в. привозной фабричный плуг стал вытеснять кустарную соху-пермянку. Барнаульским производителям пришлось снижать цены на свою продукцию, что неизбежно вело к снижению их доходов и последующему свертыванию производства.

Выстоять в конкурентной борьбе могли только крупные производители.

Барнаульский предприниматель Лянгузов, заслуживший себе славу среди плотников и деревенских потребителей как производитель недорогих и качественных топоров, продавал свои изделия по цене от 80 коп. до 1 руб. в то время как продукция уральских заводов стоила 1 руб. 50 коп. Лянгузов производил ежедневно 100 шт. топоров. Но, прочное положение на местном рынке обеспечивалось зависимостью от барнаульских железоторговцев которым приходилось отдавать в счет поставок сырья часть продукции по заниженной стоимости (оптовая партия в 100 топоров по цене 70-80 коп. за штуку отпускалась по 60-65 коп.).

В такой же ситуации находился производитель сельскохозяйственных орудий кустарь Анисимов, производивший относительно недорогие молотилки, веялки, сортировки и шерсточесалки по типу Красноуфимских кустарных фирм. Не имея оборотного капитала, он был вынужден продавать продукцию основному кредитору – Барнаульскому складу переселенческого общества, который затем перепродавал ее по более высокой цене – 22 молотильных машины по цене 170 руб. за штуку были реализованы складом по 250 р.

Таким образом, кустарная промышленность Барнаула во второй половине XIX в. находилась в серьезной зависимости от крупных производителей, что серьезно затрудняло ее развитие и заставляло рабочих-кустарей искать разнообразные пути реализации своего труда в условиях развивающихся рыночных отношений.

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ДЕЛА В МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Горшечникова Ю.А. – студент, Панин Е.Л. – к.м.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

В общем комплексе профилактических и лечебно-оздоровительных мер, направленных на укрепление здоровья человека, велика роль санаторно-курортного лечения.

В настоящее время санаторно-курортный комплекс в России насчитывает 4468 санаториев и учреждений отдыха на 810 тысяч мест.

В Московской области, по официальным данным, насчитывается около 250 санаторно-курортных учреждений. Большой интерес привлекает процесс зарождения и развития санаторно-курортной отрасли. Именно этим и обусловлена актуальность данной темы.[1], [2].

Таким образом, целью нашей работы было выявление основных закономерностей и предпосылок для развития санаторно-курортного дела в Московской области.

В процессе выполнения работы были выполнены следующие задачи: изучена история развития и современное состояние санаторно-курортного дела в Московской области на примере двух наиболее известных санаториев в данном регионе.

Зарождение санаторно-курортного дела в Московской области стало возможным благодаря наличию благоприятных природных факторов, большого количества ценнейших минеральных источников, залежей сапропелевых и торфяных грязей.

Для того чтобы в большей степени осветить процесс развития и выделить основные его закономерности необходимо обратиться к конкретным примерам санаториев Московской области.[6], [7].

Первой, из двух рассматриваемых здравниц - санаторий «Воробьево» - начинает свою историю с 1897 года. Вначале санаторий был просто усадьбой ученого-медика С.П. Федорова.

После Октябрьской революции 1917 года, «Воробьево» переходит в ведение Калужского «Губсовхоза».

С 1936 года «Воробьево» существует как дом отдыха для трудящихся. К началу 1941 года дом отдыха уже мог принимать по 350 человек отдыхающих одновременно, а летом их количество увеличивалось до 400. В то время «Воробьево» находилось в ведении Управления домами отдыха и санаториями ЦК профсоюза высшей школы и научных учреждений.

Следующим этапом в развитии санатория становится период с 1941 года по 1945 год. Это важный и переломный этап в развитии не только данного учреждения, но и всей страны. «Воробьево» был военным госпиталем и одновременно домом отдыха для военных летчиков. В 1941 году началась семидесятичетырехдневная ночь оккупации, которая закончилась 2 января 1942 года. Страшную картину увидела в «Воробьево» комиссия по учету потерь, прибывшая после изгнания немцев. Здания санатория были сильно разрушены и нуждались в капитальном восстановлении.

После окончания ВОВ «Воробьево» ведет свою историю как санаторий общего типа.

На территории санатория есть свой источник минеральной воды «Воробьевская». Это сульфатно-хлоридная, кальциево-натриево-магниевая вода, содержащая азот. Минерализация воды – 5,4 г/л, температура 13 С.[3], [5], [7]

Второй санаторий, имеющий такую же богатую историю это – «Литвиново». Он так же находится на территории бывшей барской усадьбы, в старинном парке с искусственными прудами, на правом берегу реки Нары.

В начале XVI века земли Литвинова принадлежали князю Массальскому, по прозвищу «Литвин». В 1612 г. Литвиново стало родовым поместьем князя Щербатова.

Перед Великой Отечественной войной в Литвинове находилась детская здравница.

В октябре 1941 г. немецко-фашистские захватчики оккупировали поселок Литвиново и нанесли ему огромный ущерб. Усадьба была до основания разрушена, здания и сооружения превращены в груды развалин и сожжены, пруды загрязнены, прекрасный парк поврежден осколками снарядов и частично вырублен. 26 декабря 1941 г. бойцы Красной Армии штурмом овладели городом Наро-Фоминском и поселком Литвинове и начали преследовать отступающих на запад немецко-фашистских захватчиков.

В 1947 г. в Литвиново был открыт пионерский лагерь. В 1955 г. его перевели во вновь отстроенный пионерский городок.

Санаторий был открыт 15 июня 1959 г., в дни, когда советские люди приступили к выполнению решений XXI съезда КПСС.

В настоящее время санаторий принадлежит Мэрии Москвы.

На территории санатория «Литвиново» имеется свой источник литвиновской целебной минеральной воды. По своему составу она относится к минеральным водам сульфато-кальциево-магниевому типа. Данная вода помогает больным почечно-каменной болезнью и заболеваниями желудочно-кишечного тракта.[4], [6].

Таким образом, санаторно-курортный комплекс Московской области имеет богатую историю и в настоящее время успешно развивается.

Список литературы:

1. Панин Е.Л., Бовтун В.С. История курортного дела в России и зарубежом: Учебное пособие. – Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2003г.-144с.
2. Лечение и отдых на курортах мира и России: справочник, М., 1997г.
3. Гордеев И.И., Глинков Е.Д. Санаторий «Воробьево» - Калуга, 1968г.
4. Дробышевский Л.Г. Санаторий «Литвиново» - М., 1972г.
5. <http://www.map-podmoskovie.ru>
6. <http://www.forum-grad.ru>
7. www.kurortmag.ru

ТЮМЕНЬ НА ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ РОССИИ.

Дутлова Т.А. – студент, Катрушенко А.Е. – ассистент каф. СиТ.
Алтайский государственный технический университет (г.Барнаул)

Тюменская область известна большинству, как промышленный центр по добыче и переработке природных ресурсов, а также как образовательный центр региона. Развитие промышленности обусловлено развитой транспортной системой и удобным географическим положением (между Сибирью и Уралом, и относительной близостью к Европейской части России.). Наряду с этими возможностями регион имеет множество ресурсов для развития туристской отрасли. В первую очередь, Тюменская область знаменита своей историей, уникальным набором природных рекреационных ресурсов.

Развитие туристской отрасли получает поддержку региональных властей. В области действует Закон «О государственной поддержке внутреннего и въездного туризма в Тюменской области», принятый в конце 2008 года, который определяет стратегию и направления в развитии туристской сферы услуг.

Уникальные города данного региона – Тобольск, Тюмень, Ялуторовск, помимо их сегодняшнего административного и промышленного значения, являются, прежде всего, городами важных исторических событий, неотделимых от развития России, ее истории и культуры.

Несмотря на отдаленное месторасположение от Центральной России культурный и исторический потенциал области очень богат и разнообразен. Наличие значительного количества уникальных памятников архитектуры, культуры и археологии обеспечивают Тюменской области высокий уровень привлекательности для туристов.

Для развития научно-познавательного туризма регион располагает туристскими брендами российского и мирового значения: «Императорская семья Романовых», «Григорий Распутин», «Золото скифов», «Арийские племена», «Декабристы», «Транссиб» и другими.

Мощь стен Тобольского Кремля, тайны сибирских монастырей, отзвук былинных походов в Сибирь дружины Ермака, памятные места, связанные с петровской эпохой – ссылкой царского фаворита Меншикова, родина Григория Распутина, пребывание императорской семьи Николая Второго делают Тюменскую область действительно привлекательным регионом для путешественников, историков, исследователей.

Кроме того, Тюменская область является одним из значимых религиозно-паломнических центров. Растет число туристов из Москвы, Екатеринбурга, Перми, Санкт – Петербурга, которых привлекают здесь интересные музейные и культурные проекты.

Поскольку Тюменская область является промышленно-экономическим центром, и здесь находятся экономические интересы не только российских, но и зарубежных организаций и компаний. Это обстоятельство создает необходимость создания направлений в развитии делового туризма.

Большие возможности заложены в развитии санаторно-курортного дела. В области действуют крупные санатории-профилактории - «Хвойный», «Сосновый бор», «Светлый», реабилитационные центры российского значения «Сибирь», «Тараскуль», оснащенные новейшим медицинским оборудованием. Спрос на услуги санаторно-курортного туризма, в том числе со стороны других регионов, постоянно растет. Тюменская область богата живописными местами, реликтовыми лесами, чистейшим воздухом, лечебными сапропелевыми грязями сибирских озер и минеральными источниками с уникальной водой. Рыболовный туризм ориентирован в основном на внутрорегиональный рынок, охотничий – частично на внешний рынок - для жителей автономных округов (Приволжско - Уральского Федерального округа, Москвы) и граждан других государств.

В условиях рыночной экономики, необходимо привлечение частного капитала, государство ведет активную работу по привлечению инвестиций в данную отрасль экономики.

Для стимулирования создания востребованных туристических программ разработана система грантовой поддержки.

Соискателями на получение грантов Губернатора области могут выступать муниципальные образования, организации различных форм собственности, индивидуальные предприниматели, разрабатывающие и предлагающие проекты, программы и услуги по развитию въездного туризма, сервиса и сопутствующей инфраструктуры и осуществляющие деятельность в сфере туризма.

Также ведется работа на международном уровне, с этой целью в сентября 2005 года в г.Тобольске было зарегистрировано некоммерческое партнерство «Информационно-туристский центр Тюменской области» деятельность которого направлена на развитие туристической индустрии региона, продвижение туристического продукта области на внутренний и международный рынки.

Несмотря на богатый потенциал, и проделанные усилия имеется целый ряд недостатков и угроз, мешающих развитию туристской отрасли экономики:

- недостаточно развита туристская инфраструктура; отсутствие регулирующего законодательства в сфере туризма на уровне РФ;
- слабая система продвижения турпродуктов Тюменской области на внутреннем и международном рынках;
- нехватка профессионально подготовленных кадров в индустрии туризма;
- удаленность Тюменской области от основных мировых и российских мегаполисов; неподготовленность населения области к работе с туристами;
- слабо развитая транспортная схема доставки туристов, как из-за рубежа, так и по внутренним линиям;
- отсутствие крупных туроператоров по внутреннему туризму, имеющих собственную туристскую инфраструктуру, собственный инвестиционный потенциал;
- отсутствие зонирования, готовности объектов недвижимости к вовлечению в рыночный оборот;
- отсутствие выстроенной системы безопасности и сопровождения туристов на территории области.

Наряду с недостатками и недоработками есть ряд угроз развитию:

- растущая конкуренция среди туристских регионов РФ, Урала и Сибири;

- снижение платежеспособного спроса населения вследствие сокращения доходности основных отраслей экономики области при ухудшении конъюнктуры цен на энергоносители;
- риск снижения туристского потока при ухудшении криминогенной обстановки в местах дислокации туристских объектов;
- усиление выездного туризма в соседние регионы и за границу в связи с низким уровнем предоставляемых услуг и высокими ценами на них.

Несмотря на имеющиеся недостатки и угрозы развития туристской отрасли в регионе, а также на фоне мирового экономического кризиса, её развитие сбавит свои обороты и объёмы. Но не остановится, так как оно необходимо региону и государству в целом, как выгодное финансовое вложение, способствующие развитию социально-культурной сферы, транспортной инфраструктуры, финансовой структуры и многих других сфер жизни и экономики региона.

Список литературы:

1. Большаник П.В. Экологические проблемы рекреационных территорий // Рекреационно-экологический потенциал Зауралья и сопредельных территорий. Курган: Изд-во Курган. Гос.ун-та, 2000.
2. Даринский А.В. Туристические районы Российской Федерации и ближнего зарубежья. СПб., 1994, 192 с.
3. Западная Сибирь: история и современность. Екатеринбург, 1999, 192 с.
4. Мироненко Н.С., Твердохлебова И.Т. Рекреационная география., Москва, Изд. МГУ, 1985, 212 с.
5. Ресурсы Интернет <http://www.w-siberia.ru/raznoe/poznavatelnyy-turizm>

ОПЫТ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ИГОРНОГО БИЗНЕСА

Иженасова Л.И. - студентка, Бовтун В.С. – д.и.н., профессор
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Опыт государственного регулирования игорного бизнеса важен для стран, где он распространен. В России правительство принимает меры по установлению более четкого контроля над игорным бизнесом. Принят Федеральный закон от 29 декабря 2006 года и определено создание на территории страны четырех игорных зон. Рассмотрим опыт формирования международной зоны азартных игр в г. Макао на территории Южного Китая.

Пока большинство стран Юго-Восточной Азии находилось в неблагоприятной экономической ситуации, слава Макао как игорного центра не приносила ему определенных выгод. Понемногу играли моряки, туристы и местные жители, но богатые игроки приезжали редко, их было мало. Однако положение начало меняться. Экономический подъем в Китае, Таиланде, Вьетнаме, на Филиппинах, превращение Индонезии и Малайзии в экспортеров нефти, газа, цветных металлов привели к образованию обеспеченных средних слоев населения.

Новые богатые хотели не только квартир, машин, но и красивой жизни. Китайское правительство не могло упустить из своих рук контроль над таким мощным денежным потоком, как поступления из игорного бизнеса, и избрало главным инструментом государственного регулирования этого потока выдачу лицензий на игорный бизнес и строительство новых туристских объектов.

Наряду с лучшим в Макао в 2000 г. отелем, игорным домом «Отель Лиссабон», был выстроен новый отель «Новый Лиссабон» с башнями, подземными этажами, помещенными в аквариумы, фитнес-центром и концертным залом. Американские специалисты считают, что «Новый Лиссабон» не уступает лучшим отелям Лас-Вегаса. В отличие от Лас-Вегаса в

«Новом Лиссабоне» ставки не ограничены и достигают 200 000 долларов США. Такие ставки не допускаются ни в одном казино мира. Еще одна особенность новых роскошных казино Макао: в них не предлагают алкогольных напитков, официанты разносят изысканные сорта чая и фруктовых коктейлей. Роскошные застолья могут происходить в многочисленных ресторанах, а не в залах казино. Торговля и употребление наркотиков караются самыми жестокими мерами наказания вплоть до смертной казни.

Элитные игорные дома организуют выставки и аукционы произведений искусства, демонстрации моды, концерты, соревнования по национальным видам спорта. Все это позволяет рекламировать казино в Макао как морально и этически выдержанные международные центры отдыха, соблюдающие национальные культурные традиции.

Китайское правительство непосредственно в игорном бизнесе Макао не участвует. Но центральные и местные власти делают крупные капиталовложения в инфраструктуру: в перестройку аэропорта, морского порта и пассажирского терминала, электро- и водоснабжения. Однако, внутренняя перестройка города, игорных домов остается в руках частного капитала. Правительство довольствуется огромными платежами за лицензии и налоги.

Главная цель государственной политики по отношению к Макао – создание крупного международного центра развлекательных, игровых и выставочных услуг. Хозяйственный комплекс Макао уже сейчас приносит значительные прибыли за счет налогов, привлекает иностранный капитал и способствует росту занятости.

Самые крупные лицензии в Макао получили миллиардеры из американского игорного бизнеса Е. Винн и Ш. Эдельсон. Они построили развлекательно-игорные комплексы. За игорные столы в игорном доме-казино Ш. Эдельсона «Сэндс» ежедневно садятся 5000 посетителей. В комплексе семь ресторанов с разными национальными кухнями и лучший в Макао театр-варьете.

Начат новый этап в лицензионной политике китайского правительства. Принята программа реконструкции города за счет иностранного и отечественного частного капитала, превращение его в развлекательно-выставочный торговый центр, место проведения фестивалей, конференций, деловых встреч, международных выставок. Статистика игорных городов свидетельствует, что рулетка, блэк-джек и игровые автоматы обеспечивают менее половины доходов, остальные поступления идут от концертов, демонстраций моды, шоу под открытым небом, ресторанов, гостиниц.

Порядок выдачи лицензий способствовал снижению преступности. Лицензии перестали выдавать держателям мелких игорных притонов. Компании, получившие лицензии на крупные игорно-развлекательные комплексы, как правило, имели собственные службы безопасности, которые обеспечивали порядок.

В современных условиях лицензия обязывает предпринимателя обустроить прилегающую территорию, разбить сад, оборудовать пляж, построить концертный зал, фитнес-центр, детские аттракционы, придать объектам оттенок китайской экзотики.

Вместе с Ш. Эдельсон «Сэндс» значительные вложения в строительство дворцов делают всемирно известные компании гостиничного бизнеса Хилтон, Шангри-Ла, Фур Сезон, Кемпински, открываются отделения туристских фирм, паромных и авиакомпаний.

Решается кадровая проблема. Были организованы курсы подготовки сотрудников для изучения за рубежом гостинично-ресторанного и туристического бизнеса. Инвесторы стали посылать на стажировку в Лас-Вегас управляющих высшего и среднего звена, принимать из Европы и США лучших поваров, специалистов по логистике, менеджеров.

Таким образом, в Юго-Восточной Азии заканчивается формирование нового центра развлекательных услуг не уступающего по своим масштабам Лас-Вегасу. Этот центр может оказать значительное влияние на развитие туризма и на направление денежных потоков в Юго-Восточную Азию.

Многие факторы развития успешного игрового бизнеса за рубежом можно учитывать при строительстве игорных зон в России.

ВЛИЯНИЕ ТУРИЗМА НА ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА РОССИИ НА МЕЖДУНАРОДНОЙ АРЕНЕ

Зарецкая М.С. – студент, Тяпкина О.А., к.и.н., доцент
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова

Проблема видения России и отношения к России со стороны других субъектов мирового сообщества выступает в качестве значимой и актуальной для всех социальных групп и слоев российского общества. Имидж государства, как в глазах его собственных граждан, так и мирового сообщества представляет собой значимый ресурс, способствующий укреплению его внутренней стабильности и политического статуса на мировой арене, обеспечению его безопасности от внешних и внутренних угроз, защите и продвижению национальных интересов [1; с.16].

Необходимость формирования международного имиджа любого государства неоспорима. В наше время массовых коммуникаций многие страны занимаются целенаправленным созданием, развитием и продвижением положительного имиджа государства на мировой арене, понимая, что позитивный образ страны – важнейший инструмент защиты ее национальных интересов, привлечения инвестиций, расширения туристского бизнеса, усиления национальной гордости.

Имидж государства складывается из очень многих, совершенно разноплановых составляющих. Объектами имиджа могут быть и отдельные сферы жизнедеятельности государства – власть, экономика, армия, внешняя и внутренняя политики и т.д. При этом есть сферы жизнедеятельности, заслуживающие более пристального внимания, значимые не столько на внутреннем, сколько на межгосударственном уровне. В этом плане туризм занимает в последние годы все более видное место среди конкретных факторов, напрямую влияющих на имидж страны. При всей своей имиджевой значимости туризм, по сравнению с другими сферами, менее «персонозависим», т.к. акцент восприятия образа смещается в сторону конкретного региона, исторического центра, известного памятника культуры. Туристу ведь неважно, какие внутривластные ветры дуют, и кто сегодня правит городом, где находятся знаменитая Петропавловская крепость и Эрмитаж [2; с. 35]. Для него главное – увидеть всю эту красоту воочию. Поэтому его представление о стране и ее народе более адекватно и менее конъюнктурно.

В то же время, особенность международной коммуникации в рамках туристской активности заключается в том, что турист рассматривается принимающей стороной, прежде всего, как представитель своей страны. Его социальное поведение обобщается до уровня национального стереотипа. В связи с этим массовый характер выездного российского туризма позволяет рассматривать его как наиболее эффективный инструментальный в современном процессе формирования имиджа России.

Репутация России за рубежом на сегодняшний день – картина достаточно унылая. Образ России и российского народа в зарубежных СМИ и общественном мнении более негативный, чем в самые горячие периоды «холодной войны». При этом в западных СМИ образ России сознательно демонизируется. Российское общество наделяется такими, якобы присущими ему, качествами как: жестокость, тяга к разрушению, склонность к злоупотреблениям всех мастей, нравственной распущенности и прочее. Можно говорить, что в сознании зарубежного общества выстраивается (или уже выстроился) ассоциативный ряд по отношению к России – анархия, бандитизм, коррупция. Примечательно, что Россия до сих пор представляется как «тюрьма народов» (благодаря крайне тенденциозной интерпретации ситуации в Чечне, грузино-югоосетинскому конфликту), а русские выступают душителями свободы «покоренных народов».[3; с. 118]

В этом смысле показательным является исследование отношения жителей той или иной

страны к другим государствам, проведенное в июле - августе 2007 г. крупнейшей международной организацией «Гэллуп Интернэшнл» [4]. В результате опроса 50 тыс. жителей 60 стран мира было выявлено, что Россия занимает второе место после США среди стран, вызывающих отрицательное отношение. Противников России много не только в Европе, но и на Ближнем Востоке. Например, к нашей стране относятся отрицательно 41% египтян и 57% турок. Нельзя не заметить, что именно эти страны являются наиболее популярными среди российских туристов. Это заставляет задуматься над поиском эффективных способов имиджирования России в рамках выездного туризма.

Стереотип о том, что русские туристы ведут себя на отдыхе за границей как «дикари и хулиганы» появился еще во времена перестройки и с тех пор фактически был растиражирован в печатных и Интернет - изданиях. К таким стереотипам относятся пьянство, скандальность и некультурное поведение.

Что касается развития внутреннего туризма, то на данный момент Россия привлекательна для иностранцев, в основном, как страна с хорошим образованием, с большим культурным наследием и знатной спортивной деятельностью. А по остальным параметрам репутация нашей страны далеко отстает от признанных лидеров.

В то же время наша страна может стать благоприятным местом для ведения бизнеса и прославится качественным туристским сервисом. Для этого нужно, как минимум, отремонтировать «ворота» страны – аэропорты и вокзалы – и построить немалое количество хороших гостиниц. Кроме того, нашей стране стоит внимательнее отнестись к качеству жизни россиян. Так, русские всегда считались «бедными», занимающимися «тотальным воровством», а потому никто не портит имидж России так, как портят его сами русские.

Таким образом, для совершенствования имиджа российского туриста за рубежом целесообразно действовать на государственном уровне в следующих направлениях:

1) обозначение сильной и понятной национальной (государственной) идеи, без которой невозможно определение национальных интересов и приоритетов. Национальный интерес, в свою очередь, отражаясь в ожиданиях и традициях восприятия страны, выступает в роли движущей силы формирования имиджа страны за рубежом. Также национальный интерес определяет позиционирование государства и различных событий в выгодном свете;

2) создание привлекательной идеологии государства для реабилитации «смысла жизни» в нашей стране у большой социальной группы людей, потерявших его;

3) повышение интереса к семье как одному из важнейших социальных институтов, оказывающих влияние на формирование благоприятного имиджа страны за рубежом, развитие семейного выездного туризма.

Однако не стоит полагать, что имидж России на мировой арене зависит лишь от политики самого государства. Он зависит от каждого отдельного россиянина, представляющего свою страну за рубежом: от культуры его поведения, владения навыками межкультурной коммуникации и, главное, от осознания той мысли, что он является представителем великой нации с богатыми культурно-историческими традициями.

Список литературы:

1. Галумов Э.А. Имидж против имиджа. – М.: Издательство «Известия», 2005.
2. Мосеев О. Туризм как часть имиджа России // Лаборатория рекламы, маркетинга и public relations. – 2004. - №6.
3. Дневник Алтайской школы политических исследований. №23. Современная Россия и мир: альтернативы развития (международный имидж России в XXI веке): материалы международной научно-практической конференции / Под ред. Ю.Г. Чернышова. - Барнаул: Изд-во Алтайского ун-та, 2007.
4. www.russiatourism.ru.

Качеева А.В. – студентка, Гокк С.А. – к.п.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

*Два чувства дивно близки нам,
В них обретает сердце пищу:
Любовь к родному пепелищу.
Любовь к отеческим гробам.
А. С. Пушкин*

Сегодня многие специалисты в области социальных наук с сожалением и тревогой констатируют об утрате связи поколений. Тенденция, которая получила реальные очертания в постсоветский период, а к настоящему времени приобрела размеры национальной катастрофы, выражается в разрыве духовно-нравственной связи поколений российского народа, упрочении барьеров между поколениями в виде экономических, психологических, социально-культурных разногласий, забвении и нивелировании многих семейных (родовых) и национальных ценностей прошлых поколений [1].

Взаимоотношения поколений, их преемственность складываются, прежде всего, в семье. Здесь дети приобретают первый опыт общественных отношений, опыт нравственности, опыт гуманности, честности, справедливости. Именно семья – пример межпоколенных отношений, который подобным образом будет спроецирован ребенком в собственной семье. И это – закономерная модель будущего общества, которую человечество создает первоначально в рамках своей семьи, принимая или отвергая память предков.

До тех пор, пока будет сохраняться преемственность поколений и передача народных традиций, этносу гарантировано физическое и психическое здоровье. Культ предков, таким образом, направлен на процветание поколений потомков.

Культ предков был широко распространён в культуре разных народов, в том числе у русских славян. Это одна из самых древних и распространенных форм религии, заключающаяся в обожествлении предков. Это не только форма поклонения мертвым, но и первая форма доминирования старшего поколения, уважения и благоговения перед отцами. Почитание предков, семейных и родовых святынь выражает единство человеческого коллектива, сохраняющееся сквозь века. Культ предков был связан как с одной семьей, так и с целой родственной группой [2].

Считалось, что душа человека попадая в загробный мир, приобретала волшебную, потустороннюю силу, и могла подобно Богу влиять на живой мир, оказывать влияние на судьбы живущих. К тому же родственник-Бог всегда ближе, и к нему проще прийти за помощью и советом. Люди помнили о великом могуществе предков и старались достичь его, суметь повторить их подвиги. Подвиги предков, как правило, имитировали в танцах, на праздниках. Очень часто обряды целиком были построены на имитации подвигов предков, так же строился обряд инициации. Почитание предков, домашнего очага связаны с заботой о благополучии и здоровье семьи и рода. Людям легче было жить под охраной могущественных предков. У славян предки – чуры, щуры (пращуры) – хранили своих потомков, предостерегали их. «Чур меня» буквально означало «обереги меня, предок».

В понимании древних славян, умершие предки по-прежнему оставались членами рода и составляли с живущими единую сакральную общину. Наиболее же славные и почитаемые представители рода, память о которых передавалась из поколения в поколение, являлись для своих потомков посредниками между явью и навью, представителями их интересов в ином мире, осуществляющими связь между людьми и стихийными силами.

Считалось, что предки способствовали подчинению и усмирению природных стихий, оказывая влияние на плодородие земли, от коего зависел материальный достаток их потомков. Славяне просили благословения предков в начале сельскохозяйственного сезона и благодарили их за незримую помощь по завершении сбора урожая и подготовки полей к

предстоящей зиме. Урожай во многом зависел от погоды, погода же зависела от того, умилоствлены ли души предков, ведь они находились в непосредственном контакте с духами природных стихий. Календарные праздники почитания умерших (весенняя «Радовница» и осенние «Деды») приурочены к началу и окончанию земледельческих работ, что говорит о слиянии культа предков и культа Матери-Земли, рождающей и забирающей свои порождения. Провожая в последний путь человека, уходящего в страну предков, славяне говорили: «Что от земли пришло, то в землю и уйдет».

Культ предков связан с почитанием различных природных стихий, но наиболее тесно в народном сознании он переплетен с культом огня. Огонь домашнего очага занимал первейшее место в семейном культе предков, ему приносились жертвы при приготовлении пищи, которые должны были накормить и умилоствить души умерших предков. Поддержание неугасимого пламени на домашнем очаге считалось залогом благословения предков и неразрывной связи с ними, что сулило мир и благополучие семье. За этой духовной силой и благословением предков приходят к Вечному огню молодожены, готовые стать продолжателями бессмертного древа жизни своей семьи и своего народа.

Остатки этого культа сохранились до наших дней. Так, на Рождество отмечается не только рождение Христа, но и поминаются предки. Они должны защищать и оберегать живущих на протяжении всего последующего года. Накануне Великого поста празднуются Проводы зимы и одновременное поминание предков — Масленица. Сохранилась до нашего времени и Красная горка — праздник наступившей весны, который празднуется на Святой неделе. Радовница — поминание предков, связанное с переходом к лету, также имеет место и сейчас, на Фоминой неделе. В Димитриевскую родительскую субботу повсюду и поныне люди ходят на кладбище – поклониться отчим могилам [3].

Почитание предков сохранилось и в культуре других народов в виде различных религиозных праздников, дней поминовения усопших [4]. Это, например, день мертвых, отмечаемый ежегодно мексиканцами, «Обон» или «Праздник фонарей» в Японии и т.д. Везде эти дни отмечаются по-разному, что напрямую зависит от отношения к смерти тех или иных народов: где-то это грустный праздник, где-то, напротив, царит веселье. Но все эти праздники объединяет одно – почитание душ умерших родственников, поклонение предкам.

Современный этап эволюции человечества требует сохранения этих традиций, передачи их из поколения в поколение, а главное – четкого понимания мотивации этих действий. Знание и уважение своей культуры и истории, начала своего рода делает человека более открытым для окружающего мира и для самого себя.

Нельзя не отметить наметившийся в последние годы интерес определенной части российского населения к истории своей семьи. Примером тому служат попытки поиска архивных сведений о первых представителях своей фамилии и составления родословных, предпринимаемые как с помощью историков-профессионалов, работников архивных служб, так и самостоятельно. Подобный вид деятельности получил определенный импульс и одобрение со стороны церкви. «Божие благословение почивает на тех, кто созидает семью, почитает и хранит память о своих предках и воспитывает детей. Божие благословение всем тем, кто начинает вести летопись своего рода, свою семейную летопись. Пусть она становится кладезем жизненного опыта для вас и ваших потомков. Пусть поможет осознать место каждого члена вашей семьи с истории и вечности», – отметил Патриарх Московский и всея Руси Алексей II.

Сегодня поддержание национальной гордости и уважение памяти ушедших поколений должно стать одной из приоритетных задач государственной политики народа, стремящегося сохранить собственный суверенитет и независимость в будущем, которое неразрывным образом связано с прошлым. Об этом же говорил и В.В. Путин, находясь на посту Президента России: «Сегодня наступило время, когда в наших силах восстановить утраченную связь поколений, воскресить забытые традиции. Мы можем, а потому - обязаны – это сделать, чтобы построить новую Россию на фундаменте, заложенном нашими предками, а полученные знания, как бесценное сокровище, передать потомкам».

Определенные надежды в восстановлении и сохранении семейных традиций российского населения логично было бы возложить на выпускников специальности «Домоведение», подготовка которых осуществляется в АлтГТУ им. И.И. Ползунова, что, по сути, является одной из профессиональных задач специалистов данного направления. В контекст профессионального образования в обязательном порядке включаются вопросы о технологиях семейного имиджмейкерства, решения межпоколенных конфликтов, укрепления семейных традиций [5].

Список литературы:

1. См., например: Преемственность поколений: диалог культур : материалы междунар. науч.-практ. конф. (Санкт-Петербург, 24-26 сент. 1996 г.). – СПб., 2006; Диалог поколений : тез. докл. науч.-практ. конф., посвящ. Междунар. году пожилых людей / редкол.: Скок Н.И. (отв. ред.) и др. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2000; Диалог поколений / составитель Кононыгина Т.М. – Орел, 2001 и др.
2. Большая советская энциклопедия : в 30 т. – 3-е изд. – М.: Изд-во «БСЭ», 1969-1978.
3. Гальковский, Н.М. Борьба христианства с остатками язычества в Древней Руси. Т. 1-2 / Н.М. Гальковский. – М., 2000.
4. Токарев, С. А. Религия в истории народов мира / С.А. Токарев. – 2-е изд. – М., 1965.
5. Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по специальности «Домоведение» № 291 св/сп : [утвержден 27.03.2000].

ПРОБЛЕМЫ ДЕРЕВЯННОГО ДОМОСТРОЕНИЯ В РОССИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ.

Коваль А.О. – студент, Дугнист С.В. – ст. преподаватель
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Россия - самая великая лесная держава мира. Здесь сосредоточена четвертая часть мировых запасов леса. И с незапамятных времен именно дерево являлось традиционным и главным строительным материалом для Руси. Вместе с тем массовое деревянное домостроение в стране значительно уступает другим видам индустриального строительства. По физико-механическим характеристикам наш лес лучше, чем канадский или американский. Однако сегодня мы почти не строим из дерева – тем более индустриальным, дешевым и качественным образом. Древесина и дерево превратилось в экспортное сырье, нужное где-то там, за границей, но не нам.

В итоге мы почти утратили саму культуру работы с деревом, и как следствие, уважение к дереву и потребность в нем, разрушены традиции в строительстве жилых построек, культура обработки дерева, утрачены смелые конструкторские и инженерные приемы, увеличивающие долговечность зданий. Сегодня качественное дерево покупается в Финляндии, технологии заимствуются у итальянцев, и даже учиться наши плотники ездят в Германию.

Российская лесопромышленность характеризуется технологической отсталостью, низкой производительностью труда и высокими издержками, а потому реализация проектов в массовом деревянном домостроении невозможна без осуществления крупных инвестиций в производственный комплекс.

Наша древесина из-за большей плотности лучше подходит для производства окон и любых конструкций, испытывающих повышенные нагрузки, а потому российский лес в большей степени пригоден для деревянного домостроения. Но сырьевой ресурс в сложившихся условиях оказался недоступным для предприятий глубокой переработки. Разрешив эту проблему и поставив точку в истории вывоза необработанной древесины, лесная промышленность сможет сделать гораздо больший вклад в экономику страны, чем это происходит сегодня.

Весьма объемной является проблема технического и кадрового обеспечения деревянного домостроения. Дефицит профессионального персонала деревянное домостроение ощущает не менее остро, чем и другие отрасли стройкомплекса.

У дерева, как строительного материала, существует множество преимуществ, к которым можно отнести:

- хорошая воздухо - и паропроницаемость, обычно говорят, что деревянные стены «дышат»;
- легкость деревянной конструкции, а отсюда и меньшие затраты на устройство фундамента;
- хорошие теплоизоляционные свойства (брус в 15 сантиметров, по теплоизоляции равен стене в три кирпича);
- легкость в обработке и соединении деревянных конструкций;
- прочность и долговечность.
- пожароустойчивость, деревянный брус сечением 25-40 см в случае пожара горит долго и дает ценное время для принятия различных мер против огня, а металл буквально через несколько минут после начала пожара теряет свои несущие способности.
- эстетичность, красивая текстура дерева подчеркивает индивидуальность интерьера.
- инертность дерева, оно не ржавеет, не подвержено коррозии, обладает огромной химической стойкостью и в агрессивных средах является лучшим материалом.
- в дереве обитают полезные для людей и животных микроорганизмы, эфирные масла – фитонциды, препятствующие развитию болезнетворных бактерий.

Так же дерево является не только лучшим строительным материалом, но и абсолютно возобновляемым ресурсом, поскольку при правильном организованном лесоводстве через 15-25 лет вновь выросшие деревья годны для строительства. Срок дерева, как строительного материала, не ограничен при правильной обработке. Дерево может служить вечно. Пример тому – северное деревянное зодчество, например, знаменитый архитектурный комплекс острова Кижи, построенный в 1714 г.

Одним из наиболее перспективных сегментов строительного рынка России является малоэтажное домостроение. Среди причин развития данного сегмента: увеличение благосостояния населения, рождающее желание жить в более комфортных условиях, с одной стороны, и высокая потребность в недорогом жилье, с другой. Деревянное домостроение по своей сути относится к малоэтажному домостроению.

Но нередко против дерева как строительного материала выдвигаются многочисленные возражения, однако все они несостоятельны. Деревянные дома не только не уступают каменным или кирпичным домам. Они вообще намного лучше для человека. Разумеется, если всё делается правильно. Например, существует и восстановлен лунный календарь рубки деревьев. В соответствии с этим календарём, срубленное в определенный день и час дерева обладает заданными свойствами: не горит, не подвержено гниению и т.д.

Сегодня применяются, в основном, три известные архитектурно-строительные системы:

- домостроение из массивной древесины,
- каркасное
- панельное домостроение.

Как полагают специалисты, структура деревянного домостроения на ближайшие 10-15 лет (по оптимистическому прогнозу) будет выглядеть следующим образом:

- домостроение из массивной древесины - 35-40%;
- панельное деревянное домостроение - 30-35%;
- каркасное деревянное домостроение - 25-30%.

Для грамотного и перспективного развития лесной промышленности в стране, нужно не только осознание населения в необходимости правильного использования своего богатства – Леса, но и непосредственное участие в этом вопросе государства страны.

Задача государственного регулирования в этом вопросе состоит в разработке механизмов привлечения частного капитала в лесопромышленность, но для этого нужно создать все условия для того, чтобы массовое строительство деревянных домов стало более доходным и менее рискованным бизнесом.

Значительная часть нового малоэтажного жилфонда представлена деревянными домами, спрос на которые постоянно растет. Одновременно обнажаются и обостряются разноуровневые проблемы деревянного домостроения. Многогранность и разные уровни проблемы деревянного домостроения, и непростой поиск их решения требуют постоянного, системного обсуждения.

Сегодня деревянное домостроительство переживает в России свое второе рождение. Чем больше становятся наши каменные джунгли, тем больше растет спрос на [деревянные дома](#). Деревянное домостроение на современном этапе развития может удовлетворить самые

взыскательные запросы. Дом любого размера, цвета и даже архитектурного решения сегодня - не просто мечта, а уже реальность.

Строительство деревянных домов имеет хорошие перспективы в России, однако должно развиваться там, где для этого есть возможности, считает первый вице-премьер Дмитрий Медведев.

По словам Д.А. Медведева, «на Севере такое количество сухостоя, брошенного леса, что не использовать его – преступление. Нам надо научиться это использовать, и уже много заводов, которые производят на основе деревяшки или современные виды материалов, или просто что-то делают из цельного дерева. Поэтому это отдельная программа, мы ею занимаемся, но она должна носить не глобальный характер, а каждый регион должен понять, где его сегмент деревянного домостроения и развивать его», - считает Медведев.

Можно выделить несколько основных мотивов, согласно которым в будущем приоритеты строительства в России будут отданы именно деревянному домостроению.

Во-первых, общественность все больше осознает тот факт, что дерево является самым здоровым материалом для строительства дома. Многочисленными исследованиями доказано, что человеку психологически уютнее именно в деревянном доме. Кроме того, древесина как строительный материал обеспечивает человеку максимальный физический комфорт, поскольку обладает способностью обмениваться влагой с окружающей средой и высокой теплоемкостью, позволяющей экономить значительные средства при обогреве помещений.

Во-вторых, в XXI веке в жилищном строительстве предпочтение будет отдано строительству домов из возобновляемого и вторичного сырья. В наибольшей степени этому требованию отвечает малоэтажное деревянное домостроение.

В-третьих, по разным оценкам, на долю России приходится почти четверть мирового лесного покрова, что делает древесину одним из самых доступных строительных материалов. Учитывая активные попытки государства активизировать лесозаготовку и в то же время ограничить вывоз за границу круглого леса, доступность древесного сырья существенно возрастет.

В-четвертых, деревянное домостроение позволяет строить дома в сроки, значительно более короткие, чем при возведении железобетонных или кирпичных зданий, и себестоимость такого строительства также может быть ниже.

В перспективе интенсивное развитие лесной промышленности, деревянного домостроения, в частности, даст развитие другим сферам, в том числе сфере сервисных услуг. Например, дизайн-проектирование различных объектов, начиная от индивидуальных домов до дизайна посуды и мебели, услуги заготовки и обработки древесины и др.

Список литературы:

1. <http://www.drevesina.com/materials.htm/a14/b109/> Деревянное домостроение в России: состояние и перспективы развития.
2. <http://www.domkom.ru/article1684.html> - Строительство деревянных домов имеет хорошие перспективы в России.
3. Деревянные дома: преимущества деревянных домов. Все о домах из дерева! - http://www.logo-ritm.ru/derevanniy_dom.htm
4. Крупнов, Кривов «Дом в России: национальная идея», 2004г.

ЭТНОГРАФИЧЕСКИЕ МУЗЕИ ПОД ОТКРЫТЫМ НЕБОМ – ВАЖНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА.

Косицына А. В. – аспирант, ст. преподаватель
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Развитие музеев этого типа протекало в нашей стране довольно сложно, в то время как во всём мире подобные организации стабильно пользуются популярностью. На сегодняшний момент наблюдается резкий всплеск интереса к музеям подобного типа. Во многих регионах России и СНГ возникают музеи под открытым небом, сохраняющие, в наш конгломератный период, самобытную культуру разных народностей. И в то же время посещение такого музея – это прекрасная возможность узнать что-то новое о истории и культуре разных народов,

причем не со страниц учебников, или экрана телевизора, а увидеть своими глазами архитектуру и предметы быта, прочувствовать образ жизни, услышать музыку наших предков, или даже поработать вместе с мастерами-ремесленниками.

Музеями под открытым небом принято называть те, основные объекты и экспозиции которых расположены вне помещений, на открытых территориях. Музеи под открытым небом создаются на основе недвижимых памятников истории и культуры на месте их нахождения и в природном окружении (в таком случае их принято называть музеями-заповедниками) или на основе перевозки памятников на специально отведенную территорию из других мест; а также смешанного типа. Именно такие чаще всего и называют «Музеи под открытым небом».

За рубежом этнографические музеи под открытым небом, коллекции которых собраны, принято называть *Skansen*, по названию одного из первых крупнейших музеев подобного типа. Этнографический комплекс Скансен (по-шведски *skans* – крепость) расположенный на острове Юргорден в Стокгольме, был основан директором Музея Северных стран ученым-этнографом Артуром Хазелиусом 11 октября 1891 года. Он писал: «... с целью заложить музей, не имеющий аналогов, а именно фольклорный культурно-исторический музей под открытым небом». В Скансене собраны дома и постройки с различных концов Швеции, и даже целые комплексы, как, например, кузница, мастерская стеклодува, пекарня. В настоящее время в этом музее представлены более 150 домов и усадеб XVIII – XX веков, в которых сохранена обстановка, показывающая, как жили в те времена люди различного социального происхождения в разных районах Швеции. Смотрители домов, одетые в костюмы соответствующей эпохи, могут провести посетителей по комнатам и рассказать об экспонатах.

В России с первой половины 19 в. появляется тенденция оставлять открытыми для осмотра территории археологических раскопок, появляются археологические экспозиции под открытым небом. В 1885 г. складывается «Исторический уголок города Вологды»; в него вошли Дом Петра I, церковь Феодора Стратилата, сад на берегу Вологды, в котором были размещены под открытым небом пушки и била петровского времени. Первый советский «скансен» был создан на территории музея «Коломенское» в Москве П.Д. Барановским в 1929-34 гг. и долго оставался единственным в РФ.

Одним из известнейших подобных комплексов в нашей стране стал, основанный в 1960-е гг. историко-архитектурный и этнографический музей-заповедник «Кижский погост» на территории о. Кижь Онежского озера в Карелии. В составе музея Кижский погост – всемирно известный ансамбль шедевров северной деревянной архитектуры (в т. числе 37-метровая 22-главая Преображенская церковь 1714 г., 10-главая Покровская церковь 1764 г., шатровая колокольня 1874 г.) Среди десятков памятников, перевезенных на о-в Кижь, находится и древнейшая из дошедших до наших дней русских деревянных церквей – клетская церковь св. Лазаря, датированная 14 в. На базе музейного комплекса проходят фестивали колокольного звона. Часто музеи под открытым небом типа «скансен» входят в состав больших музеев-заповедников: так, музей народной архитектуры «Витославицы» (осн. в 1964 г.) является филиалом Новгородского объединенного историко-архитектурного и художественного музея-заповедника.

Возникший интерес к культуре переселенцев и народов Сибири обусловил создание с 1960-х гг. ряда сибирских музеев под открытым небом, крупнейшим из которых являются «Тальцы» (сформирован в 1964 г., открыт для посетителей в 1980 г.), насчитывающий свыше 70 архитектурных памятников оборонного, культового и гражданского зодчества народов Иркутской области XVII-н. XX вв., а также этнографические коллекции X-XX вв., всесторонне отражающие материальную и духовную культуру русских, бурят, эвенков, тофалар. Здесь постоянно проводятся традиционные народные и фольклорные праздники. В музее работают гончарная и берестяная мастерские.

Музей-заповедник «Томская Писаница» создан в 1988 году с основной целью сохранения, изучения и публичного представления памятника наскального искусства

«Томская Писаница», вблизи г. Кемерово Древнее святилище «Томская писаница» на правом берегу Томи - памятник истории и культуры народов Евразии. Содержит около 280 наскальных рисунков, датируемых эпохой неолита и бронзы (IV–I тысячелетий до н. э.). Многие изображения уникальны и относятся к шедеврам первобытного искусства.

Также в музейный комплекс входят жилые и хозяйственные постройки шорцев конца 19 - начала 20 веков, галерея изваяний эпох палеометалла, скифского времени и средневековья, реконструкции в природной среде древних жилищ народов Сибири эпох бронзы, раннего железного века и средневековья, павильон погребений. Комплекс дохристианской славянской культуры. Музей естественной истории.

Историко-архитектурный музей под открытым небом Новосибирского Академгородка основан в 1972 году по инициативе академика А. П. Окладникова для того, чтобы уберечь от разрушения уникальные памятники археологии и архитектуры. Основу будущей экспозиции музея под открытым небом составили Спасо-Зашиверская церковь с Индигирки в Якутии, Казымский (Юильский) острог из Среднего Приобья, ветряная мельница «на ряже» из Барабинского района Новосибирской области и др. Музей, по замыслу, должен был включать чеыре зоны: археологии Сибири, коренных народов края, Северного городка (Зашиверский и Казымский комплексы) и сибирской деревни.

В 1990-е гг. процесс формирования экспозиций российских музеев под открытым небом затормозился в связи с экономическими проблемами. В то же время резко возрос интерес к национальной культуре и истории. И, к сожалению, не всегда этот интерес безобиден. За последние годы в Сибири, и в частности, у нас на Алтае, «благодаря» этому вниманию пострадало огромное количество природных и историко-культурных памятников. И хотя среди историков и музееведов последние два десятка лет идёт острая дискуссия о правомочности и целесообразности изъятия памятников культуры из подлинной среды бытования и перемещения в искусственную музейную среду; однако решить вопрос их охраны в отдаленных районах не удастся, и перевозка в музей под открытым небом для большинства из них до сих пор является единственным путем сохранения.

Список литературы:

Музееведение. На пути к музею XXI века. Музеи-заповедники. - М., 1991;

Шмелев В.Г. Музей под открытым небом. Очерки истории, возникновения и развития. Киев, 1983;

Museum №1 "Этнографические музеи и музеи под открытым небом", 1993.

http://www.museum.ru/RME/sci_openair.asp

ТРАДИЦИИ ПРАВОСЛАВНОГО ПОСТА В МЕНЮ РЕСТОРАНОВ Г. БАРНАУЛА

Котова А.Г.- студент, Тяпкина О.А. - к.и.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Более тысячи лет назад Русь приняла христианство в виде православия. За это время сформировалась не только религиозная доктрина, но и обрядовые традиции православного христианства. Политические события XX в. сделали Россия «государством без религии», однако, около 20 лет назад начался процесс возрождения религиозных традиций, и все большее число людей начинают осознавать свою принадлежность к православной церкви и соблюдать ее традиции.

Одной из таких традиций является соблюдение постов. По учению святителя Иоанна Златоуста, «истинный пост – есть удаление от зла, обуздание языка, отложение гнева, укрощение похотей, прекращение клеветы, лжи и клятвопреступления». То есть пост является не целью, а средством отвлекаться от забот своего тела, сосредоточиться и подумать о своей душе. С древнейших времен пост считали упражнением в религиозной стойкости и

очищающем душе покаянии. Гастрономическая составляющая поста не цель, а лишь средство для правильной духовной жизни, основанной на молитве и таинствах Покаяния и Причащения. Пост без молитвы – это просто диета. Пост телесный необходим для совершения поста духовного, тот и другой пост в своем объединении образуют пост истинный, способствующий духовному воссоединению постящихся с Богом.

В православии существует четыре многодневных поста перед великими праздниками:

1) Рождественский (Филиппов) – с 28 ноября по 6 января – установлен ко дню Рождества Христова;

2) Успенский пост – с 14 по 28 августа – в честь успения Пресвятой Богородицы (Божья Матерь, готовясь отойти в вечную жизнь, постоянно постилась и молилась);

3) Петров или Апостольский – начинается пост через неделю после праздника Святой Троицы и заканчивается 12 июля, в день празднования памяти святых апостолов Петра и Павла;

4) Великий Пост или Святая Четыредесятница начинается за семь недель до праздника Святой Пасхи и состоит из Четыредесятницы (сорок дней) и Страстной седмицы (недели, предваряющей Пасху).

Эти посты духовно подготавливают к наступлению церковных праздников и помогают обновиться, так же как четыре раза в год обновляется сама природа. Этот обычай возник у древних христиан для того, чтобы почувствовать величие праздника, перед которым должны отступить даже самые естественные потребности человека в пище.

Особенности постной трапезы заключаются в исключении некоторых продуктов из рациона. Великий пост, например, длится семь недель, каждая из которых имеет свое определенное значение, и строгие предписания по употреблению тех или иных продуктов:

— в первую и последнюю (Страстную седмицу) недели особо строгий пост;

— полностью запрещаются "скромные" продукты (мясо и мясные продукты, животные жиры);

— есть можно один раз в день, вечером; но по субботам и воскресеньям два раза, в обед и вечером;

— в понедельник, среды и пятницы холодная пища без масла;

— во вторник и четверг горячая пища без масла;

— по субботам и воскресеньям разрешается употреблять растительное масло и виноградное вино (кроме субботы Страстной седмицы);

— в Великую пятницу есть ничего не положено;

— в Великую субботу многие верующие также отказываются от пищи до наступления Пасхи;

— рыба разрешается только в праздники Благовещения (7 апреля) (если не совпал со Страстной седмицей) и в Вербное воскресенье (Ваий); в Лазареву субботу рыба не разрешается, но можно употреблять в пищу икру.

В дни памяти самых почитаемых святых, если они выпали на Великий пост, также разрешается в понедельник, вторник и четверг вкушать горячую пищу с растительным маслом; в среду и пятницу горячая пища без масла, но с вином.

Великий пост приходится на весну, поэтому к основным продуктам этого поста относятся соленья и варенья из овощей и фруктов, а также морковь, лук, капуста, свекла, консервированный зелёный горошек и другие бобовые, яблоки, апельсины, сухофрукты и орехи.

Во все дни поста строго запрещается курить и пить алкогольные напитки. Нельзя употреблять продукты животного происхождения (мясо, молоко и яйца), сдобный (белый) хлеб, конфеты, булочки, майонез. Употребление в пищу скромных продуктов (мясо и мясные продукты, животные жиры, яйца и содержащие их изделия) во время поста называется «оскоромлением». Разрешается только растительная пища (фрукты, овощи, сухофрукты), соленья (капуста квашенная, соленые и маринованные огурцы), сухари, сушки, чай, грибы, орехи, хлеб черный и серый, кисели, каши на воде.

Самыми распространенными блюдами в постные дни в дореволюционное время считались похлебки, полевки, солодуха, кулага, толокно, овсяный кисель, квашеная капуста и блюда из нее, грибные и крупяные блюда [1].

Очень интересен обряд выпечки на постной неделе. В прежние времена в это время верующие выпекали так называемые «Кресты» - разновидность печенья в форме креста. Их вкладывали в закрома с семенами, скармливали домашним животным. Затем их вместе с зерном вывозили в поле и перед началом всех работ, закапывали по четырем углам участка - пахарь кланялся на все четыре стороны и начинал пахать. Делалось это для того, чтобы оберечь урожай, животных и самих людей от злых сил, чтобы «отвадить» злые чары, выпечку надо было посыпать маком [4].

Некоторые старинные кушанья, традиционные для постов, на сегодняшний день забыты. Возможно, это произошло потому, что они были характерны для крестьянской среды, а в городской, мещанской, среде были неупотребительны. Да и готовили эти кушанья в русской печи. Вот некоторые из них:

— «Тюря» - это самое распространенное старинное постное блюдо. Оно представляет собой миску холодной подсоленной воды с плавающими в ней кусочками хлеба и накрошенного репчатого лука;

— «Полевка» - это похлебка из ржаной муки, а точнее из заквашенного ржаного теста - расчины. Расчину ставили накануне, и, когда она достаточно закисала, из нее готовили полевку. В горшке кипятили воду, добавляли соль, лавровый лист, репчатый лук, расчину и взбивали колотовкой (мутовкой), выполнявшей в прошлые века роль миксера. Полевку заправляли луком, сушеными грибами, сельдью, вяленой рыбой. Такие супы и сейчас распространены, особенно в Польше, Словакии и Чехии.

— «Солодуха» - блюдо, которое ели в дни Великого и Рождественского постов. Это жидкое блюдо, но не суп, а десерт с кисло-сладким вкусом. Приготавливалась она из ржаного солода. В глиняном горшке кипятили воду, охлаждали до температуры 35 градусов, засыпали солод и «приколачивали» (интенсивно перемешивали) мутовкой, чтобы не было комков. Горшок ставили на припек, и, пока русская печь томила, солодуха стояла в тепле. В горшок с солодухой время от времени бросали кусочки льда или снега, чтобы она не перегревалась. При этом солодуха разжижалась, и в нее также время от времени добавляли ржаной солод, чуть-чуть подсыпая и часто перемешивая. Когда процесс соложения был закончен (это определялось по степени сладости), горшок ставили в печь и доводили до кипения, тотчас вынимали из печи, быстро охлаждали до 25-30 градусов, опускали в горшок корочку ржаного хлеба и, прикрыв сверху чистым рушником, ставили в теплое место, как правило, на русскую печь. При этом солодуха настаивалась, закисала и приобретала свой характерный хлебный кисло-сладкий вкус, медовый аромат и розоватый цвет [4].

В наше время соблюдать православные традиции в ритме большого города стало очень непростым делом. Верующего человека на каждом шагу поджидают соблазны в виде кафе, ресторанов, закусочных. Постящиеся люди стараются ограничивать свое посещение таких заведений. В постные дни рестораны порой теряют до 11-13% прибыли. В этот период лидирующее положение занимают заведения, в меню которых есть вегетарианские и постные блюда.

В связи с этим рестораны г. Барнаула также начали поддерживать «постную тенденцию» - в их меню появилась постная кухня. В результате проведенного нами мини - исследования с помощью методов телефонного опроса и анализа Интернет – сайтов 45 ресторанов города, из 45 заведений города постное меню значится только в 11 из них (около 24 %). Эти рестораны стараются привлечь посетителей разнообразием блюд и пестротой названий. Так, например, ресторан «Ползуновъ» предлагает такие блюда, как: «Белябушки грибные», «Кашка пшеничная с грибочками», «Ёжики домашние» и др. [3]. Ресторан «Сибирская корона» предлагает «Классический винегрет», «Суп-пюре из помидоров», «Овощное ассорти» и др. [2]. Средняя стоимость обеда на одного человека составляет 500 - 1000 руб., поэтому ежедневная трапеза в ресторанах по карману только обеспеченным людям.

Большинство же горожан предпочитают обедать в более дешевых кафе и закусочных, либо придерживаются традиций поста в блюдах домашней приготовления.

Таким образом, можно сделать вывод, что традиции православной кухни начинают постепенно внедряться в меню современных ресторанов, однако далеко не все заведения подобного типа придерживаются этих традиций.

Список литературы:

- 1) Газета "Вера" - "Эксом" [электронный ресурс]// URL:<http://evduluman.narod.ru/Klir.htm>
- 2) Меню "Сибирская корона" [электронный ресурс]// Сибирская корона. URL:http://www.barnaul-altai.ru/rest/sibcorona_fasting_menu_09b/jpd
- 3) Меню ресторана "Ползунов" [электронный ресурс]// URL:<http://www.rest.barnaul-altai.ru>
- 4) Наталья Макаренко "Соблюдаете ли Вы пост?" [электронный ресурс]// URL:http://www.eva.ru/articles/info/actual/vel_post.htm

РОЛЬ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА В МОДЕЛИРОВАНИИ ПРОЦЕССА ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ ФАКУЛЬТЕТА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА И ТУРИЗМА

Кремцев Д.Г. – студент, Биттер Н.В. – к.п.н. доцент

Алтайский государственный технический университет (г.Барнаул)

В условиях реформирования высшего образования возникает необходимость подготовки специалистов, которые будут отвечать требованиям, предъявляемым к выпускникам высшего учебного заведения, и будут востребованы в туристской отрасли.

Создавая условия для подготовки кадров, способных решить данные проблемы, в профессиональном образовании целесообразно создать условия для подготовки специалистов, профессиональная деятельность которых будет способствовать развитию и эффективному функционированию туристской отрасли в современных социально-экономических условиях. В педагогической науке и практике при разработке этого направления определен целый ряд проблемных вопросов, требующих комплексного решения. Одной из данных проблем является подготовка специалистов в сфере туризма с учетом новых экономических условий, и совершенствования дидактических принципов, связанных с внедрением новшеств в области туризма и Болонского договора, меняющего стандарты обучения, и пересмотр процесса обучения специалиста-практика.

Анализ процесса обучения специалистов по туризму позволяет выявить противоречия между современными требованиями, предъявляемыми к специалисту в новых социально-экономических условиях функционирования образовательных учреждений, и уровнем его подготовки в вузе.

На существование данной проблемы указывает и профессиональная значимость специальных дисциплин при подготовке специалистов и отсутствие системного применения получаемых знаний, умений и навыков в период обучения, так называемого «вхождения» в будущую профессиональную деятельность по специальности социально-культурный сервис и туризм.

Необходимо отметить что, отсутствует четко выраженный системный подход к моделированию процесса обучения.

Говоря о подготовке специалиста в вузе, необходимо выделить организационно-педагогические особенности моделирования, которые способствуют подготовке специалиста в соответствии с государственными, общественными и личностными устремлениями. Помимо этого существует необходимость использования системного подхода, для достижения наилучших результатов в подготовке специалистов социально-культурного сервиса и туризма.

Системный подход можно рассматривать в качестве специальной методологии в теории междисциплинарных знаний о внутренних закономерностях развития сложноорганизованных систем, в развитии и становлении воспитательных систем.

Исходя из этого, системный подход позволяет не только установить причины имеющихся искажений в настоящем, но и дает возможность прогнозировать проблемы будущего развития, позволяя прогнозировать изменения в экономико-социальной среде и вносить корректировки в модель обучения, таким образом, придавая ей необходимую гибкость.

Все это обуславливает необходимость использования системного подхода и моделирования процесса обучения студентов Факультета социально-культурного сервиса и туризма.

Использование данного подхода в моделировании процесса обучения позволит сформулировать:

- Единую систему подготовки специалистов в сфере сервиса и туризма
- Единую структуру формирования компонентов профессиональной культуры будущего специалиста и его конкурентных отличительных свойств.
- Единый подход к пониманию конкурентоспособного специалиста и его отличительных компетенций.

Таким образом, данная модель процесса обучения студентов на наш взгляд позволит повысить эффективность модульного междисциплинарного комплекса и является одним из путей совершенствования и саморазвития конкурентоспособности будущих специалистов на современном рынке.

ГИПЕРАКТИВНЫЕ ДЕТИ: КОРРЕКЦИЯ ПСИХОМОТОРНОГО РАЗВИТИЯ У ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА.

Куклина Е.Н. - аспирант, Беднаржевский В.С. - д.т.н.,
доцент, Евстигнеева О.В., доцент
Алтайский государственный технический университет (г.Барнаул.)

Синдром дефицита внимания с гиперактивностью (СДВГ) впервые был описан сто лет назад, а в последнее время интерес специалистов разных отраслей наук к нему только возрос. Все чаще и чаще представители различных профессий - медики, психологи, педагоги и др. специалисты, обращаются к этой теме. По данным И.П. Брызгунова, ежегодно по этой теме публикуется 2000 статей и книг [1,3].

СДВГ представляет собой большую социальную проблему, т.к. встречается у достаточно большого числа детей. Проблема распространенности синдрома актуальна не только потому что является одной из современных характеристик состояния детского организма, но это и важнейшая психологическая проблема цивилизованного мира, доказательством чему является то, что:

- дети с СДВГ плохо усваивают школьную программу;
- они не подчиняются общепринятым правилам поведения и часто становятся на преступный путь;
- с ними в 3 раза чаще происходят несчастные случаи;
- вероятность стать наркоманом или алкоголиком у таких детей в 5 - 6 раз выше, чем у детей с нормальным онтогенезом;
- нарушениями внимания страдают от 5% до 30% всех детей школьного возраста, т. е. в каждом классе обычной школы 2 - 3 человека - дети с нарушением внимания и гиперактивностью.

Вот как описывает гиперактивного ребенка В.И.Гарбузов - профессор, психоневролог - психотерапевт, врач высшей категории: «Такого ребенка не удержать в руках, он как

юла...Он как ртуть. Не уследили - и он где - то наверху, откуда его можно снять, только с помощью пожарной лестницы. Проникая во все щели, проваливаясь во все ямы, лазая по всем закоулкам, исследуя все чердаки и подвалы, за все задевая и все опрокидывая, набивая себе шишки и синяки, носится он...по квартире, по двору... по улице...Его руки в постоянном движении: что - то мнут, обрывают, вертят пуговицы, колупают краску на стене. На месте ему не усидеть. Он даже стоит, переминаясь с ноги на ногу, и кажется, что еще миг - и он сорвется с места, умчится на край света. Ест он или стоя, или буквально подпрыгивая на стуле. Он весь извертится, даже играя, слушая сказку, глядя на экран телевизора...».[1, 95] С таким ребенком, несомненно, трудно общаться не только родителям, воспитателям и учителям, но и сверстникам. Да и сами дети страдают от постоянных наказаний, окриков, упреков, непонимания, а также частых ушибов и травм. Атмосфера в семье с таким ребенком напряженная, конфликты и ссоры настолько часты, что члены семьи находятся в состоянии стресса постоянно. В детском саду и школе гиперактивные дети нарушают дисциплину, срывают занятия, мешают другим детям, отчего те в свою очередь отталкивают их. Таким образом, сверстники стараются отгородиться от них, т. к. излишняя двигательная активность и импульсивность раздражает и даже пугает. Детям с СДВГ трудно найти друзей.

Как правило, большие проблемы с детьми, у которых выявлен СДВГ, возникают при поступлении в школу, когда налицо школьная дезадаптация и низкая успеваемость.

В настоящее время считается, что синдром детской гиперактивности может иметь самые различные органические, психические и социальные причины. Длительные проявления невнимательности, импульсивности, гиперактивности и агрессивности - ведущих признаков СДВГ, нередко приводят к формированию девиантных форм поведения, поэтому диагностика и коррекция отклонений должны быть ориентированы на дошкольный возраст, когда компенсаторные возможности головного мозга велики и еще есть возможность предотвратить формирование стойких патологических проявлений.

Однако в ходе аналитического обзора не обнаружено мультимодальных подходов к разработке вопросов раннего выявления данного синдрома и коррекции его негативных проявлений.

К сожалению до сих пор остается много неизученных и необъяснимых фактов, касающихся природы и проявлений СДВГ. Тем не менее у всех специалистов, работающих с детьми данной категории, существуют общие цели и задачи: как можно раньше выявить данный синдром, наблюдать за ребенком на протяжении многих лет, адаптировать его к современному обществу и дать хорошее образование. Для этого необходимо дальнейшее изучение гиперактивных детей, выявление причин заболевания, а также поиск эффективной мультимодальной программы коррекции поведения, что возможно только при взаимобмене информацией и опытом между специалистами разного профиля, занимающихся данными детьми при участии родителей и близких родственников, воспитателей и учителей.

Список литературы:

1. Брызгунов И. П., Кучма В.Р. Синдром дефицита внимания с гиперактивностью у детей (вопросы эпидемиологии, этиологии, диагностики, лечения, профилактики и прогноза). М.,1994. 43 с.
2. Гарбузов В. Нервные и трудные дети/ Вилен Гарбузов.-М.:АСТ;СПб:Астрель-СПб, 2006.-351 с.
3. Гиперактивные дети: коррекция психомоторного развития: Учеб.пособие для студ. высш.учеб.заведений/П.Альтхерр, Л.Берг, А.Вельфль и др.; Под ред. М. Пассольта; Пер.с нем. В.Т. Алтухова; Науч. ред. рус. текста Н.М. Назарова.- М.: Издательский центр «Академия», 2004.-160 с.
4. Моница Г.Б., Лютова-Робертс Е.К., Чутко Л..С. Гиперактивные дети:психолого-педагогическая помощь. Монография.-СПб.: Речь, 2007.-186 с.
5. Политика О.И. Дети с синдромом дефицита внимания и гиперактивностью.-СПб.:

Речь, 2006.- 208 с.

6. Шевченко Ю. С. Коррекция поведения детей с гиперактивностью и психопатоподобным синдромом. М.,1981. - 226 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗНАНИЙ РУССКОГО ЯЗЫКА И КОММУНИКАЦИИ, НЕВЕРБАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ В СФЕРЕ СЕРВИСА И ТУРИЗМА ПРИ МЕЖЛИЧНОСТНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ

Куклина Е.Н. - аспирантка, Беднаржевский В.С. - д.т.н., доцент,
Евстигнеева О.В., доцент

Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

В настоящее время, в условиях рыночной экономики, у руководителей и менеджеров возникает потребность в формировании имиджа учреждения и персонала, одну из главных ролей в этом играет общение, т.е. речевая коммуникация. Грамотная организация речевой коммуникации способствует эффективности принятия решений и действий, т.е. успеху предприятия.

При межличностном взаимодействии люди пользуются, как вербальной /словесной/ речью, так и невербальной /несловесной/. Большинство исследователей пришли к выводу, что человеческое общение на 35% является вербальным и на 65% - невербальным /мимика и жесты/. Вербальная речь используется для передачи фактической информации, а невербальная передаёт эмоции и чувства собеседника, которые в некоторых случаях могут заменить полностью слова. Следовательно, на невербальную часть сообщения, приходится больше информации, чем на вербальную часть. Вербальное и невербальное поведение практически невозможно разделить на отдельные категории, т.к. это всё общий процесс коммуникации, а сам коммуникативный контакт – сложный процесс, требующий определённых умений и навыков. Первое впечатление нельзя произвести дважды. Психологи выделили следующие компоненты, на которые обратит внимание любой собеседник: одежда и внешний вид, доверие, дружелюбие, внимание, симпатия, надёжность контакта глаз, речь и выражения. И даже разработали правило 4 x 20 /20 секунд - привлечение внимания, 20 сантиметров от головы, 20-шагов движения и походка, 20 слов приветствие и комплимент. Именно, в эти 20 секунд, коммуникант бессознательно принимает важное решение - вступать ли ему с вами в диалог или нет.

Со времён Дарвина и до наших дней учёные классифицировали и описали около миллиона невербальных реплик и сигналов, а также определили их связь с вербальной речью. На современном этапе учёными - невербалистами выделены девять групп /языков/ невербального общения:

1. Кинесика/движения тела/.
2. Вокалика/акустические особенности голоса/.
3. Физические характеристики/формы тела, его размеры, цвет волос/.
4. Хаптика/такесика, касания/.
5. Проксемика/пространственное расположение/
6. Хрономика/время/.
7. Артефакты/одежда, украшения, косметика/.
8. Ольфактика/запахи/.
9. Эстетика/музыка, цвет/.

Наиболее детально в литературе описан «язык тела» - кинесика.

Кинесика - научная область, изучающая невербальные коммуникации, осуществляемые посредством телесных движений. К телодвижениям и позам, как правило, относят движения тела /рук, головы, стоп, ног/, выражение лица/улыбка/, движения глаз/моргание, взгляд,

расширение зрачков/ и позы. Знаменитый оратор древности Демосфен на вопрос, что нужно для хорошего оратора, ответил так: Жесты, жесты и жесты.

Не случайно, что в различных риториках, начиная с античных времён, выделялись специальные главы, посвящённые жестам.

Опытный оратор, менеджер, специалист по социально-культурному сервису и туризму в совершенстве овладевает ими в процессе профессиональной деятельности. В противном случае он никогда не достигнет успеха в своей карьере, т.к. основным инструментом в его работе является - установление успешных речевых контактов с клиентами и деловыми партнёрами, малыми и большими группами людей.

Невербальные сигналы играют важнейшую роль в наших коммуникативных устремлениях. Иногда в нашем сообщении наиболее важным для собеседника оказываются именно невербальные сигналы. Понимание и эффективное использование невербального поведения играют главную роль в профессиональной деятельности работников социально-культурного сервиса и туризма.

Работа менеджера туристских услуг включает в себя огромное количество профессиональных и организационных обязанностей. Поэтому структурирование времени в коммуникации /хрономике/высоко ценится в работе менеджера. В западных обществах высоко ценится пунктуальность, а в восточных отношении ко времени менее жёсткое. Аналогично у мужчин и у женщин разное представление о пунктуальности. Точно так же и при организации мероприятий: если пиар – акция начинается не вовремя - это снижает имидж организации. И в зависимости от того, как сложатся взаимоотношения персонала с клиентом, будет зависеть эффективность труда, его успешность. Если туроператор-организатор тура, готовится в туристическую поездку, или готовится принять иностранных гостей у себя, он обязательно должен познакомиться с законами и обычаями этой страны.

Также менеджер по гостиничному сервису, специалист по туристским услугам не должен забывать о значении дистанции между собеседниками, нарушение которой может стать причиной социального конфликта. В культурах многих стран наблюдается различные дистанции общения. Например, косториканцы общаются на более близком расстоянии, чем панамцы или колумбийцы. Территория-это зона или пространство, которое человек расценивает как собственное. У каждого человека есть определённое воздушное пространство вокруг его тела. В Японии и Дании люди, беседуя, чувствуют себя вполне комфортно, находясь на расстоянии 25 сантиметров. А в Австралии предпочитают общаться друг с другом на расстоянии 46 сантиметров. В США - от 46 до 122 сантиметров.

Европейцы и американцы считают азиатов навязчивыми и излишне фамильярными, а азиаты, в свою очередь, полагают, что европейцы и американцы слишком высокомерны и холодны. Непонимание национальных пространственных традиций может привести к конфликтной ситуации.

Таким образом, мы рассмотрели важность и значение использования знаний речевой коммуникации, невербального общения в сфере социально – культурного сервиса и туризма, рассмотрели очень кратко аспекты успешности в сервисной деятельности, подчеркнули важность невербального общения при межличностном взаимодействии, сделали выводы о невозможности построения успешной карьеры менеджера без грамотного построения коммуникации.

Список литературы:

1. Волошинов А.В. Венок мудрости Эллады. 2003, стр.118.
2. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей. 2004, стр.76.
3. Гусейнов А.А., Апресян Р.Г. Этика. 2005, стр.312.
4. Марк Нэп, Джудит Холл. Невербальное общение. 2006, стр.13,15,16-19, 52, 134, 334, 337, 453.
5. Пиз Алан. Язык телодвижений. 2006, стр.11-12,165, 228.
6. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Русский язык и культура речи. 2005, стр.202-209.

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ИСПАНИИ

Курбанов А. – студент, Бовтун В.С. – д.и.н., профессор
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

На сегодняшний день Западная Европа считается крупнейшим туристским регионом мира. В 2000 году ее посетили около 403 млн. туристов, что составляет 58% от общемирового показателя. При этом 55% туристов путешествуют внутри европейского региона. На долю туристского сектора приходится 5,5% ВВП Европейского Союза и почти треть экспорта услуг и товаров.

Сегодня Испания прочно занимает лидирующие позиции в рейтинге мировых туристских держав, как по объемам прибытий, так и по доходам в отрасли. В 2001 году страну посетили 75.5 млн. человек, из которых не менее 65% (49.5 млн.) относятся к категории туристов. Число туристских ночевков выросло на 5% и составило 423,6 млн. Еще более быстрыми темпами растут доходы туристической индустрии – они превысили 31,7 млрд. евро. Это объясняется определенной политикой правительства Испании, направленной на возведение индустрии туризма в основную отрасль экономики, дающую гигантские доходы в бюджет государства.

68% туристов приехали в Испанию на отдых, 8% по рабочим делам и на обучение, 4% на лечение или же по личным делам. Необходимо отметить, что за последние годы количество людей, приезжающих по делам или на обучение, увеличилось в два раза по сравнению с 1998 годом.

В 2000 году бесспорными лидерами среди туристических направлений в Испании являются Канарские и Балеарские острова, 43% туристов отдыхали именно там. За ними расположились побережья Средиземноморья: 19% Каталония, 13% Андалусия, 8,9% Валенсийское Сообщество и Автономное Сообщество Мадрид- 8,3%. Наибольшее число иностранных туристов, посетивших Испанию в 2000 году, приехали из Великобритании- 12,8 миллионов туристов (26,2%), за которой следует Германия с 11,3 миллионами человек (23,7%). Из Франции приехали 5,7 миллионов человек (11,9%), из Италии 2,1 миллион, из Бельгии 1,7 миллионов и Португалии 1,5 миллионов человек.

Главным определяющим условием для жителей Англии на выборе месте отдыха является климатический фактор. Побережье Англии не приспособлено для туристических и лечебных курортов. Для достижения Испании из Англии прекрасно развит авиатранспорт, недавно построен автомобильный тоннель через пролив. Англичане предпочитают из испанских курортов – Коста дель Соль в Андалусии, часть которой была британской колонией. Что касается островов, то англичане часто приезжают на Канарские острова, особенно на остров Тенерифе.

Главным фактором, определяющим предпочтения туристов из Германии, является климатический фактор, ведь Германия является составной частью северной Европы, где климат недостаточно теплый. В то же время курортно- пляжный туризм в Германии фактически отсутствует. Также следует отметить, что издавна сложились культурно- исторические связи между Германией и Испанией.

Предпочтения немцев в Испании направлены как на материковые, так и не островные туристические центры Испании. На побережье туристы из Германии предпочитают побережье Каталонии и Андалусии, из островов большей популярностью пользуются Канарские острова.

Что касается предпочтений французских туристов, то они любят отдыхать на Коста-Брава, не отдаляясь от Пиренеев. Также они – очень ревностные почитатели Каталонии, где находят родственный язык и сходную кухню.

Туристы из Португалии вынуждены выбирать места для отдыха и путешествий, преимущественно исходя из дешевизны, и, естественно, близлежащая Испания- наиболее предпочтительна. К тому же испанский туризм в большей степени нацелен на туристов среднего уровня, чей доход предполагает отдых в гостиницах класса 3-4 звезды. Также нужно отметить, что туристы из Португалии предпочитают Испанию, исходя из близости не только географического положения, но и единства исторических и культурных корней.

Основной причиной посещения туристов из Италии является, видимо, близость культурно-исторического развития. Также нужно отметить, что финансовая политика испанских туристических агентств совпадает с материальными возможностями среднестатистического жителя Италии. В 1997 году (осенью) Италия вошла в Шенгенский договор, что положительно повлияет на работу туристического потока из Италии в Испанию.

Важные факторы (географическая близость, климат, сравнительная дешевизна турпродукта), определяющие приоритетность Испании как страны международного туризма, конечно, играют главную роль для стран Европы, но не могут быть распространены на экономически развитые страны за пределами европейского континента.

Таких стран, как США, Япония, Канада нужно рассматривать, исходя из их географического положения, то есть удаленности от Испании.

Исторически сложилось, что основная масса культурно-исторических памятников США относится к периоду 17-18 веков (период освоения переселенцами Америки), поэтому, несомненно, что жителей США в зарубежном туризме в наибольшей степени привлекает культурно-исторический момент, а Испания является страной с богатым культурно-историческим наследием, в частности периода Ренессанса (с 13 века). Соответственно, для туристов из США наиболее привлекательным является познавательный вид туризма. Туристов из США можно встретить в Мадриде, в провинциях Риоха, Кастилья-ла-Манча и Эстремадуре.

Туристы из Японии также приезжают на отдых в Испанию. Можно найти несколько причин того, что они нередко предпочитают отдыхать в Испании. Во-первых, Япония- это страна с очень древней восточной культурой, японцы- большие ценители истории и культуры. А Испания, в свою очередь, является ярчайшим представителем европейской культуры. Поэтому контраст культур является главным фактором для привлечения туристов из Японии в Испанию. Японцы в своем выборе центров отдыха Испании сходны с американцами.

Канада, туристы которой также посещают Испанию, имеют молодую историю и культуру. Канадцы также интересуются историей страны, которую они посещают. Так более, что примерно половина населения Канады – это франкоговорящая группа, и исторические корни самой Канады формировались под влиянием французских, испанских и германских культур, что и привлекает канадцев в Европе и, в частности, в Испании.

Несомненно, что потоки иностранных туристов в Испанию оказывают важнейшее влияние хорошо поставленная инфраструктура, то есть дороги, аэропорты и т.д., а также географическое положение по отношению к остальной Европе, что и позволяет совершать транзитный туризм через европейский «континент» в Испанию.

Проанализируем теперь предпочтения испанцев среди стран Европы. Приоритеты туристов Испании в зарубежном туризме определяются, в общем-то, теми же факторами, которые были перечислены выше.

Наиболее популярной страной среди туристов Испании является ближайшая к ней Португалия- страна, с которой у Испании давние общие культурно- исторические корни и тесные связи.

Направление туристов во Францию обусловлено географической близостью, прекрасно развитыми автострадами, единой языковой группой. Также во Франции преобладают гостиницы класса 3 звезды, что также притягивает туристов со средним достатком плюс к этому- прозрачность границ, единая банковско-валютная система. Между тем, стоит отметить, что во Франции, Австрии и Германии развит горнолыжный туризм (одна из

главных специализаций этих стран в туристической индустрии). Это и привлекает туристов разных стран, в том числе испанцев.

Большой поток направлен в Англию, страну очень необычную и во многом не похожую на другие страны Европы. Это – островное государство с достаточно древней и самобытной культурой. Остальные страны, оповещаемые испанскими туристами, привлекают по тем же причинам, иногда и в статистике учитываются деловые цели, обучение и другие основания для поездок.

Что касается российского туррынка, то в 2001 году по данным «Туреспана», Испания приняла около 260 тыс. россиян, проведших в стране 1,88 млн. ночевков и принесших испанской туристической индустрии порядка 400 млн. долларов. Объем выдачи туристических виз Посольством Испании в Москве вырос на 27,3%, что даже превысило ожидаемые объемы. В целом их абсолютным показателям российский туризм практически достиг уровня рекордного результата 1998 года.

География поездок особых изменений не претерпела – первенство по приему россиян, сохраняют курорты Каталонии (63%), на втором месте – Канарские острова (15%), на третьем – Андалусия (12%). И далее в порядке убывания – Балеарские острова, Валенсийское сообщество и Мадрид. Вместе с тем отмечается определенное расширение сезонных рамок туров, и увеличение интереса к нетрадиционным для российского туррынка видам отдыха, таким, как горнолыжные туры в Испанию, занятия гольфом.

Таким образом, Испания, как лидер в международном туризме, в значительной мере влияет на успешное функционирование этого сектора. В Испании сложилась и стабильно развивается индустрия туризма, располагающая огромной материальной базой, обеспечивающая занятость миллионов людей и взаимодействующая почти со всеми отраслями хозяйства.

Богатство и древность традиционной испанской культуры, многообразие ее истоков определили красоту и оригинальность обычаев, праздников, кухни, которые играют огромную роль в выборе туристами Испании как страну экзотическую.

Список литературы:

1. Страны мира. М., 2000 г
2. Турбизнес// 2001 г. №10, 13
3. Турбизнес// 2002 г. №1, 5, 12
4. Туризм (Практика, проблемы, перспективы) // 2002 г. №7
5. greenex.ru
6. espana.ru
7. velar.ru
8. tourspain.ru
9. tourspain.es
10. travel.ru
11. listovka.ru
12. intertour.ru

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ КУРОРТНЫХ РАЙОНОВ ЛЕНИНГРАДСКОЙ И КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТЕЙ

Леонтьева Е.А. – студент, Панин Е.Л. – к.м.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Исторический анализ развития курортных местностей в России и за рубежом даёт нам возможность не только выявить различия в отечественной и западной моделях развития курортного дела, но и сделать выводы о том, какая из них наиболее продуктивная, какие

положительные черты привнесла каждая из них. Для нашего исследования были выбраны Ленинградский и Калининградский курортные районы. Ленинградский курортный район является старейшей лечебно-оздоровительной местностью в России. Калининградские же курорты до вхождения области в состав РСФСР развивались по европейской системе.

Целью нашего исследования было выявить особенности в развитии европейских и российских курортов на примере Ленинградской и Калининградской областей.

В задачи нашего исследования входило:

- Изучить основные этапы в развитии Ленинградской и Калининградской курортных местностей;
- Провести сравнительный анализ, выявить общие закономерности и отличительные черты в развитии курортного дела в данных регионах.

История российских курортов открыла свою первую страницу в начале XVIII в. Император Пётр I приказал разведать минеральные воды у себя на родине. Поиски целебных вод были завершены в 1714 г. в Карелии. Вскоре Пётр I повелел основать на этом месте первый российский курорт – Марциальные воды. В течении ряда лет этот первый в России курорт быстро развивался. Однако со смертью Петра I «Марциальные воды» постепенно были преданы забвению. Дочь Петра Елизавета в 1752—1753 годах пыталась возродить былую славу курорта. Но эти попытки оказались тщетны. Многочисленные дворцы и службы были разобраны. Курорт «Марциальные воды» был забыт. Его водами продолжали пользоваться с лечебной целью только местные жители и отдельные больные, приезжавшие из дальних мест.

Воды Марциальных источников неоднократно подвергались исследованиям в XVIII и XIX вв. С 30-х годов нашего века интерес к Марциальным источникам стал возрастать, чему способствовали изыскания, проведенные в 1933—1934 годах Центральным научно-исследовательским Институтом курортологии (Москва). Экспедиции во главе с гидрологом В. В. Ивановым и химиком Е. В. Рентгартеном детально исследовали источник. Своё второе рождение он обрёл фактически в 1964 г., когда был построен новый санаторий «Марциальные воды» [2].

Примерно в эти же годы в начале XIII в. были разведаны минеральные воды и лечебные грязи Сестрорецкого курортного района. При Петре I здесь стали строить усадьбы и дачи. В дореволюционное время, однако, отдых на побережье Финского залива был доступен только имущим слоям населения. В частности, Сестрорецкий курорт, основанный в 1897 г. Акционерным обществом Приморской Железной дороги, являлся местом развлечения петербургской знати. В 1918 г. Сестрорецк был включён в список курортов общегосударственного значения, в 1927 г. передан в подчинение Ленгорисполкома. За годы первой пятилетки пропускная способность Сестрорецкого курорта увеличилась более, чем в 2,5 раза – с 4545 до 10211 человек в год. Курорт развивался не только как здравница трудящихся, но и как научное учреждение, где под руководством видных специалистов проводились исследования лечебно-профилактического характера [4].

Сестрорецкий курорт значительно пострадал во время Великой Отечественной войны.

С первых послевоенных дней происходило не только усиленное восстановление старых курортов и санаториев, но и строительство новых. Указом президиума Верховного Совета РСФСР от 21 августа 1946 г. был образован Сестрорецкий курортный район. Этим же указом президиума Верховного Совета был образован Курортный район Ленинграда с центром в г. Зеленогорск. В 1961-1965 гг. происходило дальнейшее развитие курортов. В широких масштабах велось строительство пансионатов, где трудящиеся могли отдыхать с семьями, домов отдыха, в летнее время обслуживающих матерей с детьми, базы однодневного отдыха.

Развитие сети здравниц осуществлялось не только за счёт государственных капиталовложений, но и за счёт фондов ленинградских предприятий [3].

В России долгие годы все курортные местности находились под контролем государства, они являлись частью здравоохранения. В годы Советской власти благодаря этому курортное лечение было доступно многим слоям населения. Следует отметить также, что основной

упор делался на достижение высокого уровня лечения, проводимого на курортах, а не на высокий уровень сервиса и комфорта. [5].

Калининградское взморье – наш единственный российский курорт на Балтийском море. До 1945 года территория Калининградской области принадлежала Германии и входила в состав Восточной Пруссии, столицей которой являлся г. Кёнигсберг, основанный в 1255г. Тевтонским орденом. Первое упоминание языческого поселения на месте Раушена (ныне Светлогорска) происходит в 1258 году.

Около двух столетий назад Раушен стал развиваться как курортная местность. В самом начале 19 века в Европе путешествия и отдых с купаньем в море сделались модными, и эти места стали посещать отдыхающие, здесь стали останавливаться путешественники. В Раушене стали строиться уютные виллы и пансионаты. Официально Раушен как курорт был открыт 24 июня 1820 года. Реальным же толчком, вызвавшим к жизни Раушен в качестве курорта национального значения, было посещение Раушена в 1840 г. королём Фридрихом-Вильгельмом IV. Однако, несмотря на придание официального статуса и внимание коронованной особы, обустройство курорта большей частью оставалось инициативой частных лиц. Может быть, поэтому до начала 20 столетия Раушен оставался тихим и немногочисленным местечком.

Популярность города как курорта существенно возросла с 1900 года, когда проложили железную дорогу от Кёнигсберга до станции Раушен. Поезда теперь могли подъезжать ближе к морю, и курорт стал гораздо доступнее для многих жителей Кёнигсберга. Приятным событием в его жизни явилось открытие в 1912 году фуникулёра — 90-метровой наклонной рельсовой дороги для доставки курортников к морю и обратно. Фуникулёр просуществовал до 60-ых годов и впоследствии был заменен лифтом и канатной дорогой. В первые годы XX века в Раушене частными лицами было развёрнуто усиленное строительство загородных домов, вилл, пансионатов [1].

Начиная с 1841 года благотворительное общество вместе с курортниками выпускало типографским способом газету «Гостеприимный Раушенец». В годы Первой мировой войны Раушен стал «филиалом» военного ведомства Германии — гражданские лица были почти вытеснены лечившимися и отдыхающими немецкими офицерами. После Первой мировой Раушен обзавёлся электростанцией и канализационной сетью. Местную власть в городе представлял муниципалитет, мэр одновременно являлся комиссаром курорта. Курортная служба разбивалась на две части: медицинская и хозяйственная. Общая численность отдыхающих достигала 3 тысяч. В разгар сезона в верхней части города функционировало около 20 гостиниц, отелей и пансионатов и ресторанами и кафе. Большая часть из них в зимний период закрывалась.

В апреле 1945 г. Раушен и прилегающие к нему населённые пункты был без боёв занят Красной армией, а в 1946 году, после присоединения Кёнигсбергской области к РСФСР (в результате Потсдамского соглашения) и переименования Кёнигсберга в Калининград, Раушен был переименован в Светлогорск. Сегодня Светлогорск – современный и динамично развивающийся курорт с хорошо развитой санаторной базой.

История города-курорта Зеленоградска насчитывает более двух столетий. В начале XIX века известный врач Фридрих Кессель открыл здесь источники с целебной водой. Таким образом, прибрежному селению Кранцу (ныне Зеленоградску) было уготовано славное курортное будущее. С 1816 года Кранц в связи с массовым притоком курортников начал интенсивно отстраиваться; многочисленные пансионаты и санатории, красивые отели и модные частные дома менее чем за полвека украсили собою побережье [3].

Развитие курортного дела в западных странах, как мы можем убедиться, реализовывалось за счёт коммерческих вложений. Государство ограничивало свою роль лишь контролем за соблюдением законодательства. Основным принципом организации курортного дела являются достижение высокого качества сервиса и комфорта [5].

В результате проведённого исследования нами были сделаны следующие выводы:

1. Курорты Ленинградской области начали функционировать в начале XVIII в., опережая по развитию курорты Калининградского взморья (Светлогорск), открытые в начале XIX в. Тем не менее, это отставание в развитии было скомпенсировано тем, что после смерти Петра развитие Марциальных Вод практически остановилось, в то время как Светлогорск набирал всё большие обороты в развитии.

2. Практически всё время своего существования курорты Ленинградской области находились под контролем государства. В отличие от них, курорты Калининградской области принадлежали коммерческим организациям.

3. После вхождения в состав РСФСР Калининградской области её курортам пришлось перейти на новые принципы организации.

4. Самым плодотворным периодом в развитии санаторно-курортного дела в нашей стране стали годы существования советской власти. В этот период были заложены основы функционирования этого сектора экономики, была создана материально-техническая база. Таким образом можно предположить, что курорты Калининградской и Ленинградской областей, развивающиеся по разным направлениям до 1945 г., встали на одну ступень развития.

5. В настоящее время Светлогорск (Калининградская область) и Сестрорецк (Ленинградская) область имеют статус здравниц федерального значения.

6. Отличительной чертой курортов Калининградской области стало то, что они вобрали в себя и высокий уровень обслуживания и комфорта от европейской системы, и высокий уровень лечебной составляющей от отечественной системы. В результате сочетание высоких качественных показателей сервиса и лечения, эти курорты привлекают не только нуждающихся в лечении, но всё больше туристов.

7. На современном этапе различия в организации курортов стираются. Современные российские курорты переходят на европейскую систему организации. Это заключается в приватизации части курортов коммерческими организациями, в организации высокого уровня сервиса, комфорта.

Список литературы:

1. Артемьев М.С., Соколов Н.Н. отдыхающим в здравницах Калининградского взморья./ М.С.Артемьев, Н.Н. Соколов. – Калининград: Кн.изд-во, 1979.

2. Вишневский С.А. Санаторий «Марциальные воды» / С.А.Вишневский. – Петрозаводск: Издательство «Карелия», 1972.

3. Курорты СССР: справочник / под ред. С.В. Курашова, Н.Е. Хрисанфова, Л.Г. Гольдфайля. – М.: Государственное издательство медицинской литературы медгиз, 1951.

4. Леви В.Э. Ленинградские курорты / В.Э.Леви. – Ленинградское отделение: Издательство «Медицина», 1968.

5. Панин Е.Л., Бовтун В.С. История курортного дела: Учебное пособие / Е.Л.Панин, В.С. Бовтун. - Барнаул: Издательство АлтГТУ, 2003.

ТУРИЗМ В ЯМАЛО-НЕНЕЦКОМ АВТОНОМНОМ ОКРУГЕ

Локтев Р.И. – студент

Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Российскому туризму как приоритетному направлению среди отраслей экономики придается особое значение, в отличие от санаторно-курортной отрасли и других сфер отдыха, что выразилось в разработке целевых программ в каждом регионе страны, в том числе в российских северных районах. В результате внедрение целевых программ, реализация региональных законов о туризме привело к тому, что в краях, областях республиках стали строиться турбазы, осуществляется прием иностранных туристов, разрабатываются экскурсионные программы.

Важным фактором, влияющего на развитие туризма в Ямало-ненецком автономном округе (ЯНАО), является его географическое положение. Округ расположен в арктической зоне Западно-Сибирской равнины, в центре Крайнего Севера России и занимает обширную площадь в 769,3 тыс. км², что в 1,5 раза превышает территорию Франции. Территория округа располагается в основном в трех климатических зонах: арктической, субарктической и зоне северной полосы Западно-Сибирской низменности. Более половины округа расположено за Полярным кругом, небольшая часть его территории находится на восточном склоне Уральского хребта. Климат определяется наличием многолетней мерзлоты, близостью холодного Карского моря, обилием заливов, рек, болот и озер. В целом для округа характерна длительная зима (до 8 мес.), короткое лето (50 дней), сильные ветра, небольшая величина снежного покрова. Минимальные температуры зимой опускаются до -59°C . Летом температура может повышаться на всей территории до $+30^{\circ}\text{C}$. На территории округа сосредоточено около 300 тыс. озер и 48 тыс. рек, самыми крупными из которых являются Обь, реки Надым, Таз и Пур. Рельеф территории округа - равнинный, состоящий из тундры и лесотундры. Горный массив, расположенный на западе округа, простирается на 200 км, достигая высоты до 1,5 тыс. м.[3].

Особенности географического положения, история освоения Сибири определили наличие и формирование туристских ресурсов. В ЯНАО насчитывается 536 объектов культурного наследия, в том числе 13 памятников архитектуры, 14 объектов этнической культуры, 5 ансамблей, более 10 достопримечательных мест, 491 памятник археологии, являющиеся объектами культурного наследия федерального значения. На территории округа находятся 18 особо охраняемых природных зон из них: 3 заповедника, 9 заказников, 4 охотничьих заказников, 2 памятника природы [2].

В настоящее время в ЯНАО развивается около 15 видов внутреннего туризма - это водный, горный, горнолыжный, рыболовный, охотничий, историко-познавательный, рекреационный, самодетельный, событийный, спортивный, экологический, деловой, этнографический туризм. Разработано около 20 туристских маршрутов. Особенно интересен для иностранных и российских граждан этнографический туризм, представленный древней культурой коренных малочисленных народов Севера ЯНАО, с которой можно познакомиться не только при непосредственном общении с ее носителями в национальных поселках и стойбищах, но и в этнографических музеях округа. В ЯНАО функционирует развитая сеть эколого-этнографических музейных комплексов, где находятся уникальные памятники истории и культуры.

Спортивный и экстремальный туризм популярен в южной части Полярного Урала (Райзский и Пайерский массивы) на территории ЯНАО и Республики Коми. Активные маршруты знакомят туристов с особенностями рельефа, горными породами, растительным и животным миром горно-тундровых западных и лесотундровых восточных склонов Полярного Урала. Основная цель экстремального тура - восхождение на наивысшую вершину Полярного Урала г. Пай Ер высотой в 1472 м.

Рыбалка и охота организуется для туристов или самостоятельно жителями округа в заполярной части реки Большая Обь в районе поселка Салемал (нельма), а также на территории Приуральяского района (горная река Сось). В реках водятся щука, нельма, муксун, шурагайка и др. В тундре охотники могут поохотиться на куропаток, зайца беляка, гуся, уток, писца, лисицу.

Горнолыжный туризм организован на горнолыжном комплексе «Октябрьский» в 17 км от города Лобитнанги, который включает трассу протяженностью 630 метров с перепадом высот 110 метров и средним уклоном - 16 градусов, бугельный подъемник, бэби-лифт протяженностью 200 метров, прокат горнолыжного снаряжения, а также сани, тюбинги, гостиницу на 52 места с двух-, трехместными номерами, номерами «люкс», восстановительный центр с сауной и бильярдным залом, кафе-бар, ресторан. В теплый период года туристы совершают пешеходный маршрут с восхождением на гору Рай, водное путешествие по северной реке Сось [8].

Развитие туризма на территории округа осуществляется на основе региональной Концепции и Программе развития туризма в ЯНАО. Губернатор автономного округа Юрий Неёлов отметил развитие туризма как одно из перспективных направлений социально-экономической политики администрации автономного округа. С этой целью в 2005 году было создано Агентство по туризму ЯНАО - орган исполнительной власти автономного округа, осуществляющего функции по реализации государственной политики, нормативно-правовому регулированию, оказанию государственных услуг в сфере туризма [5].

В результате совместной работы Агентства по туризму, туристских организаций, заинтересованных лиц, депутатов были утверждены и успешно реализуются «Концепция развития туризма в Ямало-Ненецком автономном округе на период 2007-2010 годы», ведомственная целевая программа «Первоочередные меры по развитию туризма в Ямало-Ненецком автономном округе на 2007-2009 годы». Проведены комплексный анализ потребностей населения округа в туристских услугах, мониторинг и учет туристских ресурсов, составлен реестр турфирм и турагентств, работающих в регионе, заключены соглашения о сотрудничестве в сфере туризма с Краснодарским краем, Санкт-Петербургом, Тюменской областью, работает официальный сайт агентства, отмеченный престижным дипломом Википедии, как лучший региональный Интернет-портал. При поддержке Агентства было создано ГУ ЯНАО «Окружной центр развития туризма», имеющий статус международного туроператора в автономном округе.

Разработана целевая программа "Формирование и развитие туристского ресурса "Дед Мороз Ямала - Ямал Ири" на 2009-2011 годы". Туристский ресурс "Ямал Ири" предполагается создать в целях улучшения качества существующего турпродукта и расширения спектра туристских услуг в автономном округе. Планируется использование данного ресурса в событийных турах («День оленевода», «День рыбака»), на новогодних и рождественских праздниках, что позволит расширить познавательную составляющую мероприятий. Туры "В гостях у Ямал Ири" рассчитаны на детей дошкольного и младшего школьного возраста, однако в действии принимают участие и родители, и гости разных возрастных групп. Идея формирования образа ямальского Деда Мороза возникла около полутора лет назад и на сегодня агентством организовано более 20 допрограммных мероприятий с участием Ямал Ири.

Планируется принятие закона «О туристской деятельности в Ямало-Ненецком автономном округе», который обеспечит реализацию приоритетных направлений государственного регулирования в сфере туризма, создаст благоприятные условия для развития внутреннего, въездного и социального туризма, позволит сформировать современную, высокоэффективную и конкурентоспособную туристскую индустрию на Ямале.

В реестре субъектов туристской индустрии Ямало-Ненецкого автономного округа на 01.10.2008 года зарегистрировано 26 турфирм и 53 гостиницы (всего - 79 предприятий), по формам собственности предприятия распределены следующим образом: турфирмы - 96% предприятия частного бизнеса, 4% государственные учреждения; гостиницы - 36% предприятия частного бизнеса, 8% государственные учреждения, 56% принадлежат ведомствам. По сведениям турфирм выездной туристский поток за 9 месяцев 2008 года достиг более 16 тысяч туристов. Объем услуг составил 216 млн руб. Нарастание данного показателя по сравнению с тем же периодом 2007 года происходит за счет повышения стоимости путевок. Уровень удорожания турпродуктов зафиксирован от 10 до 30% в зависимости от направлений [4].

На внутреннем туристском рынке автономного округа работает около пяти фирм, за 9 месяцев 2007 года с учетом сезонности было принято около 1500 человек, стоимость услуг составила - 30 млн руб. (при цене путевки в среднем 20 тыс. руб.). Выездной туризм осуществляют 25 турфирм, которыми за 9 месяцев 2007 года было оказано услуг на 82 млн. 633 руб., обслужено около 4,7 тыс. жителей автономного округа [8].

Проблемами развития туризма в ЯНАО являются ограничение въезда на территорию Ямало-Ненецкого округа в связи с наличием пограничной зоны, нехватка кадров, слабая поддержка турфирм в получении въездных документов. Документы для получения разрешения на въезд иностранным гражданам необходимо подавать не менее чем за два месяца до начала поездки. В связи с этим, как правило, с заявками обращаются, когда сроки подачи ходатайств для получения пропуска на въезд в пограничную зону закончились [6].

Из перспектив развития туризма в ЯНАО следует отметить организацию экзотических и экстремальных маршрутов. Полярный Урал является уникальным местом, где возможны практически все виды туризма: пешие, лыжные, водные путешествия, горные лыжи, полеты на парапланах, спортивная рыбалка, восхождение на горные вершины, наблюдение за жизнью диких животных и птиц, знакомство с культурой коренных малочисленных народов Севера [1].

Список литературы:

1. ВКО КЛУБ [Электронный ресурс] // Новости туризма. URL: <http://www.vkoclub.ru/>
2. Заповедники. Заказники. [Электронный ресурс] // Region-ЯМАЛ. URL: <http://www.region-yamal.ru/>
3. Знакомство с Ямалом [Электронный ресурс]. URL: <http://www.yamaltour.ru/>
4. О туристской деятельности в Ямало-Ненецком автономном округе : закон ЯНАО от 03.12.2007 г. № 114-ЗАО [Электронный ресурс]. URL: <http://www.yamaltour.ru/>
5. Об агентстве по туризму Ямало-ненецкого автономного округа : постановление Администрации Ямало-ненецкого автономного округа от 10.11.2005 г. № 244-А (в редакции постановлений ЯНАО от 22.12.2005 г. № 360-А, от 11.05.2006 г. № 225-А).
6. Север – пресс [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sever-press.ru/yanao/>
7. Целевая программа "Формирование и развитие туристского ресурса "Дед Мороз Ямала - Ямал Ири" на 2009-2011 годы" [Электронный ресурс] // Агентство по туризму Ямало-Ненецкого автономного округа. URL: <http://www.yamaltour.ru/>
8. Ямал тур [Электронный ресурс] // Агентство по туризму Ямало-Ненецкого автономного округа. URL: <http://www.yamaltour.ru/>

ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ДЕЛА В НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Мальцева А.А. - студент, Панин Е.Л. - к.м.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Актуальность нашего исследования обусловлена интенсивным развитием санаторно-курортного дела в Новгородской области и наличием разнообразных лечебных факторов, что позволяет рассматривать этот регион как перспективный.

Целью исследования было выявление исторических предпосылок и перспектив развития санаторного лечения в области.

В задачи исследования входило:

1. проанализировать имеющиеся лечебные факторы региона;
2. изучить историю развития курортного дела в области на примере курорта «Старая Русса»;
3. определить перспективы развития санаторно-курортного дела в Новгородской области.

Основу курортных ресурсов Новгородской области составляют минеральные воды и лечебные грязи. Особенно велики запасы хлоридных натриевых вод с минерализацией от 1 до 50 г/л., содержащих также бром от 5 до 115 мг/л.

Мощная гидроминеральная база предопределяет большие перспективы развития курорта.

Старорусские лечебные грязи сосредоточены в Нижнем и Верхнем озерах, и Южном разливе, имеют оптимальную минерализацию (18-25 г/дм³) и высокое содержание сульфидов (FeS > 0,5%), Происхождение грязей озерно-ключевое. [1]

В районе города Валдай обнаружены сульфатно-хлоридные натриевые и гидрокарбонатно-хлоридно-натриевые минеральные воды. Возле города Боровичи — гидрокарбонатно-сульфатные воды.

Область богата лечебными грязями. Сульфидно-иловые грязи искусственных и естественных водоемов, питаемых соляными источниками на курорте Старая Русса, Мшагских озерах на левом берегу р. Шелонь, в районе города Валдай, близ деревни Варницы. [3].

Историю развития курортного дела Новгородской области целесообразно рассмотреть на примере истории развития наиболее крупного курорта области «Старая Русса».

Курортное лечение на Северо-западе России имеет давние традиции. Здесь в 1718 г. по указу Петра I был открыт первый российский курорт на Марциальных водах. Спустя столетие император Александр I отдал распоряжение об изучении Старорусских вод (первое научное исследование старорусских минеральных вод произведено в 1815 году доктором Ф.П. Гааз, который доказал их несомненные свойства), а строительство Старорусского курорта, который был открыт 1828 г., велось под контролем Николая I. [2]

В начале XIX века Новгородской земле и Старой Руссе, в частности, уделялось пристальное внимание императора Александра I.

Супруга Александра I, Елизавета Алексеевна была урожденной принцессой Луизой Баден-Баденской. На ее родине процветал курорт «Баден-Баден», возможно, именно это обстоятельство послужило причиной решения по созданию под крылом Военного ведомства курорта в Старой Руссе, часто сравниваемого впоследствии с Баден-Баденом. Источники, завод, земли, соленое озеро, ставшие впоследствии курортом, были казенной собственностью. Чему здесь быть зависело именно от царских решений. В 1825 году скончался Александр I, престол перешел к его брату Николаю I, но ход событий изменить уже было нельзя. К этому времени старорусскими минеральными водами активно интересовались как в самой Старой Руссе, так и в Санкт-Петербурге, куда их доставляли для лечебного применения Николай I, после третьего посещения Старой Руссы, одобрил проект устройства лечебного заведения и даже повелел приобрести здесь усадьбу.

Начало курортному делу в Старой Руссе положили представители военных врачей, выдающиеся для своего времени. Они образовали здесь школу, где на солдатах апробировали способы лечения. Этот бесценный опыт передан следующим поколениям в виде отчетов, диссертаций и печатных трудов. Способствовала тому госпитальная постановка лечения, которой не было на других курортах. В 1854 году Курорт был передан гражданскому ведомству. Граф Муравьев, возглавлявший в то время министерство государственных имуществ, вписал свое имя в историю курорта тем, что способствовал появлению здесь первого каменного здания и бурению в 1859 году самого мощного по дебиту в Европе, самоизливающегося фонтана минеральной воды «Муравьевского», ставшего символом и украшением здравницы. [4], [6]

Впервые в России, в 1882 году, на курорте была открыта первая колония для лечения золотушных детей.

Итак, 1828 принято считать годом основания курорта, при том, что одна, существующих скважин, №4, датируется 1370 годом [4].

Многих больных солдат здравница спасла от неминуемой гибели, а военное ведомство от значительных расходов на содержание и лечение людей, не приносящих ему более никакой пользы. Более 1/3 всех больных солдат полностью выздоровело, половина получили значительное улучшение. Все они возвращались в строй. Часть солдат отправились на родину и в домашней обстановке могли стать полезными работниками.

Курорт не прекращал свою работу до 1941 года. В годы Великой Отечественной войны он оказался на оккупированной территории и был до основания разрушен. После восстановления, с 25 декабря 1946 года, курорт снова стал принимать отдыхающих. [6]

Данный курортный район, имея большие запасы природных лечебных факторов, является инвестиционно привлекательным для развития санаторно-курортного дела.

На берегу Валдайского озера в Новгородской области будет построен круглогодичный природно-климатический курорт, отвечающий мировым стандартам. В создание туристско-рекреационной зоны "Валдай" будет вложено 14,7 млрд. рублей.

Кроме того, на берегу Валдайского озера, на земельном участке в 230 гектаров построят этнографическую деревню с комфортабельными гостевыми домиками, спортивную деревню с двумя спортивно-туристическими базами и кемпингом, разобьют ландшафтный парк. Проект "Валдай" даст муниципалитету 5 тысяч новых рабочих мест, развитие городской инфраструктуры, финансовую самостоятельность местного бюджета.

Проект вызвал интерес у потенциальных инвесторов. Подписи под соглашением о продвижении проекта "Валдай" поставили глава Ростуризма Анатолий Ярочкин, губернатор области Сергей Митин, глава муниципалитета Александр Дряницин, заместитель председателя межведомственной комиссии, председатель правления ЦНИИЭП курортно-туристических зданий и комплексов Юрий Макаров. [5]

В результате проведенного нами исследования можно сделать следующие выводы:

- Новгородская область имеет богатую историю развития санаторно-курортного дела. Первый источник минеральных вод был открыт местными жителями еще в 1370 году;
- Новгородская область обладает большим потенциалом для развития санаторно-курортного дела. Валдайский проект – это лишь один из перспективных проектов региона;
- Учитывая стремительное развитие уже функционирующих курортов и местных санаториев (Старая Русса, Сольцы, Подгорное, Парахинский санатории и др.) необходимо расширять их сеть для того чтобы обеспечить населению всеобщую доступность к оздоровительным услугам.

Список литературы:

1. «Курорты: Энциклопедический словарь», под. Ред. Чазова Е.И., М., 1988г.;
2. «История курортного дела», Панин Е.Л., Бовтун В.С., 2003 г.;
3. <http://www.kurortmag.ru> - курортный магазин;
4. <http://med53.ru> - медицинский портал г. Великого Новгорода;
5. <http://www.novgorod.ru>;
6. "Иллюстрированный историко-статистический очерк города Старой Руссы и Старорусского уезда", М.И. Полянский, Новгород, 1985 г.

ФОРМЫ ЭТНО–ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ АЛТАЙ

Митько М.А. - студент, Дунец А.Н. – к.г.н., доцент
Институт водных и экологических проблем СО РАН

Сфера туризма, как одна из отраслей народного хозяйства, заинтересована в сохранении природных и историко-культурных ресурсов, которые являются главным фактором ее успешного функционирования. Важно, чтобы туризм, не наносил ущерб окружающей среде и населению. Для этого необходимо развитие таких видов туризма, которые в наибольшей степени соответствуют принципам устойчивого развития.

На наш взгляд, одной из составляющих устойчивого развития горных территорий может быть этно-экологический туризм, который понимается нами как познавательное путешествие в места традиционного проживания определённых этнических групп со слабо изменённой природной и культурной средой.

Этно-экологический туризм включает в себя две составляющие: этническую и природную, объединяет основные цели экологического и этнического туризма: познание природы, формирование экологической культуры и знакомство с историко-культурным наследием определённых этнических групп.

Основные принципы данного вида туризма, следующие:

1. Туристская поездка совершается с исследовательскими целями и основана на использовании как культурных, так и природных ресурсов территории;
2. Часть доходов, полученных от обслуживания туристов, остается на местах и направляется на охрану природы и развитие местной культурной среды;
3. Включает элементы экологического образования и просвещения;
4. Негативное воздействие на природные и культурные комплексы сводится к минимуму;
5. В основном, организовывается для небольших групп туристов небольшими специализированными местными туристскими предприятиями;
6. Способствует устойчивому развитию тех районов, где он осуществляется.

Основными ресурсами этно-экологического туризма являются малые этнические группы, культура которых существенно отличается от культуры доминирующего этноса и природные объекты. Этно-экологические ресурсы можно разделить на две основные категории: историко-культурные и природные. Историко-культурные (этнографические) ресурсы в свою очередь делят на видовые и событийные. К видовым ресурсам относятся: народные промыслы, национальные посёлки, материальные памятники археологии и этнографии, представленные как на экспозициях музеев, так и в естественной природной среде, культовые места коренных народов, места, связанные с жизнью известных людей, традиционные виды природопользования и т.п. Существование событийных ресурсов ограничено во времени. Это этнические национальные праздники, фестивали, театральные и музыкальные конкурсы и т.п. [1]. Среди природных ресурсов этно-экологического туризма выделяем особо охраняемые природные территории, естественные объекты природы, вызывающие туристский интерес.

Республика Алтай - один из наиболее привлекательных для организации отдыха и туризма регионов России, благодаря уникальному рекреационному потенциалу. Присутствие многофункциональных объектов на данной территории создаёт благоприятные условия для развития этно-экологического туризма.

Среди форм этно-экологического туризма имеющих приоритетное значение для Республики Алтай отметим: природно-познавательную, этно-познавательную, этно-событийную, сельскую, религиозно-паломническую.

Природно-познавательный туризм связан, прежде всего, с посещением особо охраняемых природных территорий и их буферных зон, а также уникальных и типичных ландшафтов имеющих низкую степень антропогенной нагрузки. Республика Алтай представляет собой территорию со слабонарушенными природными ландшафтами с высоким уровнем биологического и ландшафтного разнообразия. По площади ООПТ Республика Алтай располагает одной из самых развитых сетей в Российской Федерации (22,5 % от общей территории). Основным звеном в системе ООПТ Республики Алтай, развивающим природно-познавательный туризм, являются Каракольский природные парки "Уч-Энмек", «Белуха», природно-хозяйственные парки «Аргут», «Чуй-Озы», Катунский государственный биосферный заповедник, Алтайский государственный заповедник.

Этно-познавательный туризм – знакомство с памятниками культурного наследия определённой этнической группы. Данная территория обладает богатейшим историко-культурным потенциалом, насчитывающим десятки тысяч археологических памятников, сотни памятников истории и культуры. Ресурсами для данного вида туризма являются объекты урочищ Пазырык и плато Укок (захоронение «Алтайской принцессы»), Улалинской стоянки, писаницы «Калбак-Таш» и многие др.

Этно-событийный туризм – формируется на основе проведения традиционных национальных праздников. Рассматриваемая территория обладает уникальным наследием

материальной и духовной культуры, выраженным в древних обычаях и обрядах местного населения. У народов, населяющих регион, имеется богатое фольклорное наследие. Увлекательное зрелище представляют народные праздники, такие как Эл-Ойын (национальный алтайский праздник), «Родники Алтая» (праздник русской культуры), Чага-Байрам (алтайский Новый год по лунному календарю), Дьылгаяк (масленица), Курултай сказателей, Кызхуул (казахский национальный праздник) и другие.

Религиозно-паломнический – посещение сакральных мест (подножия святых вершин, культовых мест), например, гор Белуха, Уч-Энмек, горного узла Табын-Богдо-Ола. Многие паломники ищут на Алтае путь в «Беловодье», «Шамбалу». Беловодье - легендарная страна свободы в русских народных преданиях XVII—XIX вв., по мнению старообрядцев, находилась где-то на Востоке. По тибетским предания «Шамбала» - запретная страна в параллельном мире, в ней живут мудрецы, хранящие эзотерическое знание, путь туда открыт только избранным.

Сельский туризм перспективен в населённых пунктах, где сохранился традиционный уклад жизни местного населения. Развитие сельского туризма будет способствовать вовлечению в этот бизнес местного населения, что позволит повысить благосостояние жителей, улучшить инфраструктуру села. Большинство сельских домов расположено в среднем, нижнем течении реки Катунь и северной части Телецкого озера. Значительные перспективы для этого вида туризма существуют в Усть-Коксинском (с. Верхний Уймон, д. Мараловодка, с. Мульта и др.) и Кош-Агачском (с. Жана-Аул, с. Курай, с. Кош-Агач, д. Кокоря и др.) районах.

Для выявления специфики территориальной организации этно-экологических центров необходимо провести оценку комплексного рекреационного потенциала территории Республики Алтай для рассматриваемого вида туризма.

Литература

1. Киприна Е.Н., Ларин С.И. Этнический туризм Северного Зауралья // Рекреационное природопользование, туризм и устойчивое развитие регионов: материалы международной научно-практической конференции / Отв. ред. Г.Я. Барышников. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2007. – С.168-170.

ТЕХНОЛОГИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕВЕРБАЛЬНЫХ СРЕДСТВ ОБЩЕНИЯ В РАБОТЕ С КЛИЕНТАМИ СЕРВИСНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Панина К.Е. – студент, Шаховалова Е.Г. – к. п. н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

В современных социально-экономических условиях деятельность сервисных учреждений является одним из актуальных направлений развития индустрии сферы услуг. Следует констатировать, что на сегодняшний день повысился уровень культуры потребления населения. Анализ деятельности сервисных учреждений свидетельствует также о тенденциях повышения культуры оказания услуг населению. В этой связи большинство семей для удовлетворения своих потребностей в сфере услуг обращается в различные организации, фирмы: гостиницы, отели, салоны красоты, туристические фирмы, ремонтные мастерские и т.д. В этой связи актуализируется проблема качества оказания услуг, в том числе и качества вербального и невербального взаимодействия персонала с клиентом. Практикой доказано, что если с клиентом есть контакт – то и дальнейшая работа строится продуктивно. А если мы не смогли выстроить с клиентом конструктивные отношения – то, чаще всего, он уходит в другую организацию. Как правильно общаться с клиентом? Как распознать конфликт на ранней стадии и исправить ситуацию? Как сделать недовольного клиента довольным, используя невербальные средства коммуникации? На наш взгляд,

решению данных вопросов способствует технология использования невербальных средств общения в работе с клиентами сервисных учреждений.

Анализ научной литературы по проблеме использования невербальных средств общения в работе с клиентами сервисных учреждений свидетельствует о различных аспектах рассмотрения данного вопроса как отечественными авторами (С.А. Григорьева, В.А. Лабунская, В.Я. Пронников и др.), так и зарубежными (В. Биркенбил, Г. Вилсон, А. Пиз, Б. Пиз, Дж. Фаст и др.).

Вместе с тем, несмотря на разностороннее изучение вопроса о значимости и использовании невербальных средств общения в сервисных учреждениях, не изученным в полной мере остается вопрос об оптимальных условиях эффективности использования невербальных средств и их практическое применение. Анализ научной литературы показывает, что в последние годы применению невербальных средств общения уделяется много внимания, но не усовершенствуют их, не практикуют в полной мере. Отсюда возникает противоречие – между обширными знаниями по теории невербальных коммуникаций и неэффективным использованием на практике невербальных средств общения.

Выделенное противоречие свидетельствует об актуальности проблемы, заключающейся в наиболее эффективном использовании невербальных средств общения в работе с клиентами сервисных учреждений. Целью нашего исследования является определение оптимальных условий эффективного использования невербальных средств общения в работе с клиентами сферы сервиса. Объектом данной работы является клиент сервисных учреждений. Предметом – невербальные средства общения в работе с клиентами сервисных учреждений.

Исходя из поставленной цели и задач исследования, раскроем сущность понятия «невербальное общение». Невербальное общение, более известное как язык поз и жестов, включает в себя все формы самовыражения человека, которые не опираются на слова. Психологи считают, что чтение невербальных сигналов является важнейшим условием эффективного общения. Почему же невербальные сигналы так важны в общении с клиентами сферы сервиса? Это обусловлено тем, что около 70% информации человек воспринимает именно по зрительному (визуальному) каналу; невербальные сигналы позволяют понять истинные чувства и мысли собеседника; наше отношение к собеседнику нередко формируется под влиянием первого впечатления, а оно, в свою очередь, является результатом воздействия невербальных факторов – походки, выражения лица, взгляда, манеры держаться, стиля одежды и т.д.

Особенно ценны невербальные сигналы потому, что они спонтанны, бессознательны и, в отличие от слов, всегда искренни. Огромное значение невербальных сигналов в деловом общении подтверждается экспериментальными исследованиями, которые свидетельствуют, что слова (которым мы придаем такое большое значение) раскрывают лишь 7% смысла, звуки, 38% значения несут звуки и интонации и 55 % - позы и жесты.

Невербальное общение включает в себя пять подсистем:

1. Пространственная подсистема (межличностное пространство).
2. Взгляд.
3. Оптико-кинетическая подсистема, которая включает в себя:
 - внешний вид собеседника,
 - мимика (выражение лица),
 - пантомимика (позы и жесты).
4. Паралингвистическая или околоречевая подсистема, включающая:
 - вокальные качества голоса,
 - его диапазон,
 - тональность,
 - тембр.
5. Экстралингвистическая или внеречевая подсистема, к которой относятся:

- темп речи,
- паузы,
- смех и т.д.

К средствам кинесики (внешние проявления человеческих чувств и эмоций) относят выражение лица, мимику, жестикуляцию, позы, визуальную коммуникацию (движение глаз, взгляды). Эти невербальные компоненты несут также большую информационную нагрузку. Наиболее показательными являются случаи, когда к помощи кинесики прибегают люди, говорящие на разных языках. Жестикуляция при этом становится единственно возможным средством общения и выполняет сугубо коммуникативную функцию.

Проксемика объединяет следующие характеристики: расстояния между коммуникантами при различных видах общения, их векторные направления. Нередко в область проксемики включают тактильную коммуникацию (прикосновения, похлопывание адресата по плечу и т. д.), которая рассматривается в рамках аспекта межсубъектного дистантного поведения.

Проксемические средства также выполняют разнообразные функции в общении. Так, например, тактильная коммуникация становится, чуть ли не единственным инструментом общения для слепоглохонемых (чисто коммуникативная функция). Средства проксемики также выполняют регулирующую функцию при общении. Так, расстояния между коммуникантами во время речевого общения определяются характером их отношений.

Невербальные компоненты общения очень значимы в первые минуты диалога между менеджером и клиентом сервисной организации. Американские исследователи Л. Зунин и Н. Зунин считают, что важны первые четыре минуты встречи. Другие авторы отводят на формирование деловыми партнерами образов друг друга 120 секунд. Наиболее существенно в этот начальный момент общения, это возможность показать заинтересованность в предстоящей беседе готовность к конструктивному сотрудничеству, открытость для новых идей и предложений. При деловых встречах следует обратить внимание на позу, взгляд, жесты. Поведение должно быть естественным, но от некоторых привычек, если они существуют, все же стоит отказаться. Прежде всего, речь идет о позе и жестах. При разговоре не следует принимать позу, характеризующую закрытость в общении и агрессивность: насупленные брови, чуть наклоненная вперед голова, широко расставленные на столе локти, сжатые в кулаки или сцепленные пальцы. Кроме того, не следует одевать очки с затемненными стеклами.

Для любого специалиста, работающего в сфере сервиса, очень важным является знание процессов, происходящих в сознании клиента в каждый момент деловых переговоров. Мы не можем «залезть в душу» покупателя, но можем лучше понять его, внимательно наблюдая за его невербальным поведением. Вдумчивое наблюдение за телесными движениями — не простая задача, как это кажется на первый взгляд. На бумаге каждое движение происходит последовательно, в реальности же клиент не заботится о том, чтобы дать нам дополнительное время на расшифровку его сообщений. Он предлагает нам для интерпретации комплекс мелких движений и на обдумывание следующего хода дает лишь то время, которое заполнено его собственными словами. Правильная расшифровка невербального сообщения позволяет нам сделать шаг к заключению сделки, неправильная — уводит в обратном направлении. Так же как наши покупатели постоянно «сообщают» о своих внутренних переживаниях с помощью языка тела, так и мы в роли продавца «посылаем» свои невербальные послания покупателю. Необходимость освоения не только разговорных приемов общения, но и телесных методов воздействия на клиента — одна из самых сложных проблем менеджера сферы сервиса. Мы не можем эффективно использовать жесты, если они противоречат нашим внутренним ощущениям и убеждениям. Менеджеру, испытывающему сильное напряжение, бывает очень сложно сохранять открытую позу на протяжении всего периода деловых переговоров. Даже в игровой ситуации во время обучения часто в ответ на предложение изменить положение рук он говорит: «Мне так неудобно, я сразу забываю, что хотел сказать». Но мы можем повлиять на наше отношение к

миру, используя различные движения, прислушиваясь к себе, исследуя собственные реакции. Наш внутренний мир неразрывно связан с языком телодвижений. Изменение отношения к другому человеку ведет к изменению манеры общения, и наоборот — стиль общения, отдельные жесты заставляют нас в чем-то меняться. Мы успокаиваемся, если следуем совету: «Дышите глубже», мы становимся более уверенными, если расправляем плечи, мы наполняемся дополнительной энергией, если начинаем эмоционально жестикулировать. Более того, иногда в целом комплексе микродвижений, с помощью которых мы посылаем сообщение о себе, бывает достаточно изменить лишь одно звено, чтобы рисунок поведения изменился кардинальным образом. На своих семинарах, моделируя ситуации заключения сделок, мы часто наблюдаем четкую закономерность. Стоит изменить равнодушную интонацию, с которой обращаешься к клиенту, на заинтересованную, как поза сама собой меняется, становится открытой. Чтобы оказывать профессиональное воздействие на клиентов, необходимо не только правильно определять, что означает каждый жест, но и глубоко изучить и расширить арсенал собственных жестов, движений и интонаций.

Так, в результате проведенного нами исследования, в рамках обозначенной темы, мы выявили, что невербальные средства общения при работе с клиентами сервисных учреждений играют важную роль: из всех опрошенных клиентов турфирмы «АРТ-Турс» методом анкетирования 90 % считают, что жесты, мимика, поза, интонация и одежда сотрудников влияют на достижение взаимопонимания между персоналом и клиентом, а также на потенциальное желание клиента обратиться в эту фирму вновь.

Таким образом, профессиональным менеджерам в сфере услуг необходимо владеть технологией использования невербальных средств общения как механизмом достижения гармонии и взаимопонимания работе с клиентами сервисных учреждений, что повысит эффективность деятельности учреждения сервиса, позволит сформировать его положительный имидж.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КРУПНЫХ РОССИЙСКИХ ТУРОПЕРАТОРОВ В 1990-е-2000-е ГГ.

Петракова Т.Г. – ст. преподаватель, Мирошник Н.Ю. - студент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

В советский период туризм строился на плановой основе, активно развивался внутренний туризм. Туристско-экскурсионная отрасль находилась под управлением таких монополистов как Центральный совет по туризму и экскурсиям, БММТ «Спутник». В 1990-е годы профсоюзные туристские учреждения акционировались, появились частные туристские фирмы. Так, в 1988 году один из первых организовал свою деятельность туроператор «Роза ветров», в 1989 – «Рас Group», в 1990 г. – «Нева», 1992 г. – «Натали Турс», 1994 «Tez tour» и «VKO Travel», в 1998 – «Инна Тур», а в 2003 г. «Капитал- тур».

В первой половине 1990-х г., на первых этапах своего развития туроператоры были представлены небольшими фирмами, штатом около 5 человек, одним офисом продаж. Туроператорами в первые годы своей деятельности не были определены ни цели, ни задачи, ни стратегии развития туристского бизнеса. В связи с тем, что выход на зарубежный рынок препятствовали слабая нормативно-правовая база, малый опыт работы в туризме в рыночных условиях, то одни туроператоры выбрали направлением своей деятельности внутренний российский рынок (Черноморское побережье), другие туроператоры начали строить свой бизнес с зарубежных направлений, принимали иностранных туристов, третьи ввозили из-за рубежа шоколад, кофе, а затем перепрофилировались в туристские организации. Например, «Рас Group» с 1989 года работал как принимающее агентство для туристов из Италии, а с 1993 года – стал осуществлять выездной туризм в эту страну.

Многопрофильных туроператоров в этот период не было, один туроператор реализовывал туры по одному-двум зарубежным направлениям. Например, с 1994 года

«Натали Турс» реализовывала турпродукт в Испанию, а «Tez tour» в Турцию. Организация автобусных экскурсионных туров на международные направления проводилась на арендованных автобусах.

Во второй половине 1990-х гг. туроператоры расширили спектр зарубежных направлений, в офисах появились первые внутриофисные программы автоматизации («Мастер-Тур», «Само-тур»), рабочий процесс дополнился выходом в глобальную компьютерную сеть Интернет. Туроператорами были организованы первые чартерные программы, специальные отделы и департаменты по деловому туризму, корпоративному обслуживанию, созданы агентские сети, расширены офисы продаж, в регионах открылись их представительства, активизировалось сотрудничество с зарубежными партнерами. В 1994 г. «VKO Travel» организовала первые туры в Испанию, а в 1995 г. – выступила партнером по приему в Испании с испанской компанией Tropical Tours. В декабре 1999 года было подписано соглашение о сотрудничестве между «Натали Турс» и кипрской компанией «Интерлуис» [1; 2; 3; 6; 7; 8].

Сотрудничество российских туроператоров с зарубежными компаниями позволило расширить сеть отелей и получить места на гарантии. Так, туроператор «Tez tour» стал сотрудничать с ведущими цепочками гостиниц Marriott, Sheraton, Le Meridien, Sol Melia, Princess, создал в Турции сеть отелей под брэндом Amara World. Следует отметить, что «Tez tour», в отличие от других российских компаний, не стал отдавать обслуживание туристов за границу на откуп принимающих фирм, а одновременно с офисом в Москве открыл свое представительство на курорте Анталья. Следовательно, турецкий офис получил статус штаб-квартиры компании, а московский офис объявили филиалом, что позволило туроператору снизить налоговые издержки [2].

В 2000-е годы происходит масштабное создание филиалов, представительств в регионах, уполномоченных агентств, субагентских и франчайзинговых сетей, сети турагентств. Филиалы и представительства туроператоров находятся в основном в крупных городах - Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Екатеринбург, Новосибирск, Казань, Красноярск, Иркутск, Калининград, Тюмень. Один туроператор в среднем имеет от 6 до 40 офисов в Москве, от 3 до 6 офисов в Санкт-Петербурге, от 15 до 45 региональных представительств по России, сотрудничает с 2 тыс.-4 тыс. туристскими агентствами в России, а также агентствами на Украине, в Белоруссии, Грузии, Казахстана, Армении, Молдове, Литве. Отдельные туроператоры («Капитал-тур», «Натали Турс») позиционируют себя как чистые туроператоры и выстраивают работу только с агентской сетью. Туроператоры «VKO Travel», «Tez tour» имеют представительства и принимающие офисы в Испании, Египте, Хорватии, Тунисе, Франции, Казахстане, Болгарии, Прибалтике, Турции, Тайланде, Доминикане, Шри-Ланке.

Турпродукт стал более технологичен, туроператорами в рабочий процесс были внедрены программы бронирования железнодорожных и авиабилетов, мест в гостиницах (AMADEUS , SABRE , GABRIEL и СИРЕНА), on-line бронирование, использование через глобальную компьютерную сеть Интернет систем поиска и бронирования («Форос», «Туридекс», «Ехать», «Е-система», «Туры.ру») [1-8].

В связи с возросшей конкуренцией на туристском рынке, в целях увеличения спроса туроператоры стали разрабатывать бонусные программы для турагентств, становятся многопрофильными (около 10-55 направлений на одного туроператора). Активизировалось сотрудничество с зарубежными турфирмами, расширился спектр чартерных программ. Например, с 2001 года «VKO Travel» сотрудничает с испанская тургруппой Iberostar, состоящей из Iberoservice и Iberojet [3]. «Pac Group» является представителем итальянской круизной кампании «MSC Crociere» [1]. В целях предоставления туристам более качественного отдыха туроператоры стали развивать принимающий сервис: собственные гиды, анимационные и экскурсионные программы в месте приема на курортах.

В 2005-2007 году появляются холдинги, в состав которых входят непосредственно 1-2 туроператора, транспортная компания и клубы агентств. Например, весной 2001 года «VKO

Travel» объединился с лидером чешского направления «Travelland», что явилось первым шагом к созданию холдинга «VKO Group». С 2005 года в холдинг «VKO Group» стали входить туроператор «VKO Travel», туроператор «Travelland», фирменная сеть турагентств «VKO Club» [3]. В этот период создаются дочерние компании, туроператоры продают свои акции зарубежным компаниям или переходят в крупные холдинги, с целью увеличения объемов продаж, вложения инвестиций. Например, в 2001 году «Натали Турс» была организована дочерняя фирма «Сольмар», что позволило выйти ей на новое направление – Объединенные Арабские Эмираты [6].

С середины 1990-х гг. туроператоры являются членами или аккредитованными агентами РСТ (Российский союз туриндустрии), МАТА (Московская ассоциация турагентств), IATA (Международная Ассоциация воздушного транспорта), Итало-Российской торговой палаты, ассоциации «Мир без границ». Имеют сертификаты аккредитации в Транспортно-Клиринговой Палате. Аккредитация практически всех крупных туроператоров в Транспортно-Клиринговой Палате и IATA позволяет сотрудничать с авиалиниями западных стран (британские авиалинии, чешские авиалинии и др.). Кроме того, туроператоры являются уполномоченными агентами российских авиакомпаний («Аэрофлот-российские авиалинии», «Сибирь», «Трансаэро», «Красноярские авиалинии», «Пулково», «Уральские авиалинии», «Татарстан», «Ютэйр», «Атлант-Союз»), что позволяет организовывать собственные чартерные программы и агентами иностранных авиалиний (Lufthansa, Air France, British Airways, Austrian Airlines, Scandinavian, Delta Airlines, American Airlines, Alitalia, Czech Airlines, Estonian Air, Polish Airlines, Emirates, Qatar Airways, Finnair и др.) [1-8].

Развитие зарубежных направлений, выбор определенных сегментов, привело к тому, что отдельные туроператоры к настоящему времени располагают своими транспортными средствами, формируют интересные экскурсионные программы. Так, туркомпания «Tez tour» имеет собственный самолет Ту-154М для организации чартерных перевозок из Казахстана. Туроператор «Нева» имеет автопарк, в котором находится 16 автобусов (Neoplan, Setra, Mercedes) для организации экскурсионных программ в Европу, осуществляет прямые продажи билетов на паромы «Silja Line», Finnlines, DFDS, Tallink и железнодорожных билетов на поезда внутри России, по странам СНГ и Балтии, международного сообщения. Являясь аккредитованным агентом системы RailEurope, туроператор «Капитал-тур» осуществляет оформление железнодорожных билетов по всей железнодорожной сети Европы, а с августа 2005 г и северной Америки [2; 5; 7].

Многолетний опыт работы туроператоров позволил четко определить цель, задачи, миссию компании, стратегию развития бизнеса. Целью деятельности туроператоров является расширение туруслуг, увеличение объемов продаж, повышение качества предоставляемых услуг, создание международного турхолдинга, обеспечивающего устойчивую эффективную деятельность российского многопрофильного туроператора по организации выезда граждан России за рубеж, развитие цивилизованного рынка туруслуг в России. К задачам компаний следует отнести создание совместных предприятий с зарубежными принимающими партнерами по основным направлениям массового спроса под единым брендом; создание высокотехнологичного туроператора, ориентированного в работе на потребности российских турагентств и предлагающего им широкий ассортимент качественного конкурентоспособного продукта в сегменте средне и высоко-бюджетных туров. Многие туроператоры используют в своей деятельности инновационный подход, предполагающий постоянное изучение своего потребителя, постоянную разработку нового турпродукта, использование передовых технологий в организации турбизнеса.

В настоящее время практически все туроператоры стремятся охватить все три вида деятельности (выездной, въездной и внутренний туризм). На туристском рынке функционируют крупные туроператоры, например «Инна Тур», которые занимаются исключительно выездным туризмом. Спектр предложений туроператоров дополнился организацией группового, индивидуального и VIP обслуживания. Особое внимание стало

уделяться организации корпоративного обслуживания, причем наиболее сильные позиции в данной области занимает компания «Капитал-тур». Организации детского туризма туркомпаниям уделяют недостаточно внимания, лишь оператор «VKO Travel» рассматривает это направление как одно из основных. В области выездного туризма все операторы предлагают в основном следующие направления: горнолыжный туризм (Австрия, Андорра, Турция, Франция, Швейцария), пляжный отдых (Египет, ОАЭ, Турция, Тайланд, Испания, Тунис и др.), автобусные туры (Европа). Большое внимание круизному отдыху уделяют компании «Pac Group» и «VKO Travel». «VKO Travel» отличается организацией большого количества программ по различным видам спортивного туризма. В структуре экзотического туризма у операторов преобладают направления Латинская Америка и Юго-Восточная Азия, хороший ассортимент в этой области предлагает «Pac Group». В области внутреннего туризма успешно работают туроператоры «Нева», «Капитал-тур», предлагающие туры по крупным городам, историческим центрам, а также на юг России. В 2005 года в среднем на одного туроператора отправка туристов в год составила 120 тыс. - 280 тыс. чел. объемами продаж в 150 млн. – 300 млн. евро. [1-8].

Список литературы:

1. PAC GROUP [Электронный ресурс] // «PAC GROUP». - 1999-2009. URL: <http://www.pac.ru/>
2. TEZ TOUR [Электронный ресурс] // TEZ TOUR, дизайн студия [Notamedia](http://www.notamedia.com/), 2001-2006. URL: <http://www.teztour.com/>
3. VKO Travel [Электронный ресурс] // VKO Travel. – 2008. URL: <http://www.vkotravel.com/>
4. Инна тур [Электронный ресурс] // «Инна тур», [дизайн студия Biplane](http://www.biplane.ru/). – 2006. URL: <http://www.inna.ru/>
5. КАПИТАЛ ТУР [Электронный ресурс] // «КАПИТАЛ ТУР», 2003-2009. URL: <http://www.capital-tour.ru/>
6. Натали Турс [Электронный ресурс] // ЗАО «Натали Турс». – 2008. URL: <http://www.natalie-tours.ru/>
7. Нева [Электронный ресурс] // ЗАО «Фирма Нева». – 2008. URL: <http://www.nevatravel.ru/>
8. Роза ветров [Электронный ресурс] // Туристическая компания Роза Ветров. – 1998-2008. URL: <http://www.roza-v.ru/>

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ЗАРУБЕЖНЫХ ТУРИСТСКИХ КОНЦЕРНОВ «KUONI GROUP», «THOMAS COOK», «CLUB MED», «TUI» И «REWE TOURISTIC»

Петракова Т.Г. – ст. преподаватель, Капканец А.О. – студент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Принято считать, что развитие туризма в Европе относится к началу XX века, когда были открыты большинство турфирм, некоторые из которых в ходе своего развития стали крупными концернами, известными во всем мире. Первые туристские фирмы на Западе были созданы в XIX – начале XX века и первоначально представляли собой небольшое бюро путешествий.

Первое бюро путешествий за рубежом было создано Томасом Куком в XIX веке, что позволило людям, чья жизнь традиционно ограничивалась стенами дома да несколькими соседними улицами, открыть красоту и разнообразие огромного мира. В «просвещенном» XIX веке, как его именовали современники, на путешествие, хотя бы краткое, обычно отваживались немногие. Развитию туризма в Великобритании способствовало открытие в 1840 г. железнодорожного сообщения между Дэрби и Рагби, а 5 июля 1841 г. 570 человек

организованно отбыли в Лафборо. В 1840-е годы были организованы тематические путешествия в Шотландию, на родину Вальтера Скотта и Роберта Бернса, затем появились туры по Ирландии, Уэльсу, на остров Мэн. В 1855 г. Томас Кук открыл первый заграничный маршрут в Париж на Всемирную выставку, а в 1868 г. он ввел систему гостиничные купоны. В 1860-е годы для англичан были организованы поездки в Швейцарию, Италию, Индию, Египет. В 1872-1873 гг. состоялся первый кругосветный тур, который длился 222 дня. В 1892 г., после смерти Томаса Кука, туристское дело по наследству было передано сыну Джон Мазон Куку, а потом внукам — Фрэнку Генри, Эрнесту Эдварду и Томасу Альберту.

Позднее, в 1906 г. Альфред Куони в Швейцарии городе Цюрих создал очередное «бюро путешествий», а в 1908 г. он отправил первую группу туристов в Египет. В 1925 году бюро путешествий Куони преобразовалось в акционерное общество, открылись филиалы в Швейцарии и Франции (Ницца).

Конец 1940-х гг.-1950-е гг. характеризуется процессом организации новых «бюро путешествий», новых видов отдыха, открытием уже действующими турфирмами филиалов в других европейских странах, организацией первых чартерных перевозок. Так, в 1948 г. «Kuoni Group» открыл филиал в Италии, а в 1951 г. стал первым турагентством в Европе, которое организовало чартерный рейс в Южную Африку. В 1950 г. в сфере зарубежного туризма во Франции бельгийцем Жераром Блитц основана туристская организация «Club Med», которая стала пионером отдыха по системе «все включено» (all inclusive). Жерар Блитц заложил основы ассоциации, официальной целью которой является «Формирование вкуса к отдыху на открытом воздухе, к занятиям спортом и физической культурой». 5 июня 1950 г. образовался первый городок в Алкидии на острове Майорка. В 1956 г. появился первый горнолыжный городок Club Med в швейцарских Альпах, через год открылось ещё 3 горнолыжных курорта.

В 1960-е-1970-е годы «Kuoni Group», «Thomas Cook», «Club Med» активно открывают дочерние компании в странах Азии и Европы, происходят первые приобретения и «поглощения» компаний туристской сферы. Так, «Kuoni Group» открыл филиалы в Японии, Австрии, Германии, Испании, Греции. В 1965 г. он приобрел Challis&Benson Ltd, а в 1977 г. «Kuoni Group» организовал первые чартерные поездки по всему миру. «Thomas Cook» в этот период предлагал англичанам новые привлекательные туры по более низкой цене. Позднее Thomas Cook & Son была куплена консорциумом в составе Midland Bank, Trust House Forte и Автомобильной ассоциацией. «Club Med» в 1967 г. создал Mini Club Med и выступил в этой связи как «законодатель моды» в семейном отдыхе. В 1970-е гг. «Club Med» осуществлял строительство шикарных отелей, появились городки Wengen, Villars sur Ollon в Швейцарии и Chamonix Mont-Blanc во Франции.

В 1968 г. в Германии пять компаний «Touropa», «Hummel», «Sharnow», «Dr.Tiggers», «TransEuropa» образовали ещё одного будущего турконгломерата «Touristic Union International» (TUI), в дальнейшем составившую серьезную конкуренцию крупным западным турфирмам. В 1970-е гг. туристские компании «Kuoni Group», «Thomas Cook», «Club Med» и «TUI» выдержали экономический кризис, в то время как многие турфирмы обанкротились.

В 1980-е-1990-е гг. процесс экспансии туркомпаний, поглощения различных предприятий туристской сферы продолжился. В 1988 г. была создана туристская компания «Rewe Touristic», которая в 1994 году имела 300 турагентств, а в 1995 году приобрела компанию ITS Reisen. «Kuoni Group» приобрел отели в Антигуа и на Барбадосе, выкупил акции компаний Railtour Suisse SA, в Швейцарии Danzas Reisen AG, в Скандинавии Scanditours и др. Создал совместные предприятия в Гонконге P&O с The Peinsular&Oriental Steam Navigation, в Италии Compani Kuoni Gastaldi Tours. В 1995 году Kuoni Group переименовался в «Kuoni Travel Holding Ltd.». В 1980-е г. «Club Med», постоянно нацеленный на завоевание наиболее привлекательных уголков земли, становится все более многофункциональным и пользуется все возрастающим успехом среди отдыхающих в Америке и Японии. К концу 1980-х гг. полное название клуба «Club Mediterranee» сократилось до «Club Med».

В 1990 г. сталителый концерн Preussag выкупил «TUI» и перепрофилировался в туристский концерн «TUI». В 1997 г. TUI приобрел компанию Hapag-Lloyd AG – холдинг с собственной турагентской сетью и авиакомпанией, а в 2000 году турецкую компанию Gulet Tourism и создал в Турции сеть отелей Magic Life. TUI также были куплены туроператоры в Великобритании British Thompson Travel Group, в Бельгии, Швейцарии, Австрии, Португалии, Польше, Испании, вложены инвестиции в болгарские курорты «Солнечный берег» и «Албена».

В 2000-е годы экспансия туристских концернов активизировалась, появился интерес к российскому туристскому рынку. «Kuoni Travel Holding Ltd.» запустил новый бренд Reisen Netto, приобрел 70% акций норвежского специалиста в области продаж поездок on-line, туристские компании Les Ateliers du Voyage и Dorado Latin Tours AG, которые являлись ведущими туроператорами в Южной Америке. «Rewe Touristic» в этот период приобрел акции таких компаний как Deutsches Reiseburo GmbH, Deutschen Bahn AG, LTU Touristik GmbH с туроператорскими марками Jahn Reisen и Meiers Weltreisen, создал сеть отелей LTU Touristik Hotels.

Таким образом, приобретение, поглощение крупными туристскими концернами более мелких туроператоров с их сетью отелей, турагентствами и авиакомпаниями, позволило расширить спектр предложений (пляжный отдых, горнолыжный туризм, экзотика, деловые туры и др.), увеличить число филиалов, представительств, отелей, брендов гостиничных цепей, авиакомпаний.

К 2007 году немецкий туристский конгломерат TUI AG представлял собой вертикально интегрированный холдинг, который обеспечивал собственными силами и под своим собственным контролем весь тур: от бронирования, перелета, размещения, обслуживания своими представителями на каждом курорте и в каждом отеле. В 2007 г. TUI AG включал 443 компании, около 500 млн евро прибыли в год, 63 000 сотрудников по всему миру, 80 туроператоров в 18 странах (TUI, 1-2 Fly, Gulet, Fun&Sun, Gebeco, Robinson, Airtours, Thompson, Fritidsresor, Star Tour, Jetair, Arke, Nouvelles Frontieres и др.), 3300 турагентств в 18 странах (TUI, ReiseCenter, First travel agencies, Hapag-Lloyd agencies, TUI TravelCenter и др.), 7 авиакомпаний с парком в 100 самолетов (в том числе авиакомпании Hapagfly, Britannia, Jetairfly, Corsairfly, Arkefly), 300 отелей в 30 странах на 165000 мест (крупнейшие мировые сети – Riu, Grecotel, Grupotel, Iberotel, Dorffhotel, Robinson, Magic Life, Paladien, Nordotel, Sol-Y-Mar), 5 круизных лайнеров 3*-5*, ТВ станция и ТВ канал, 50 интернет-сайтов, собственную типографию, исследовательский и обучающий центры. Швейцарский турконцерн «Kuoni Travel Holding Ltd.» располагает двумя главными офисами в Цюрихе и Лондоне, где работают 1300 человек, филиалами в 30 странах Европы, Азии, Африки и Северной Америки.

ИСТОРИЯ КУРОРТА «ТАРАСКУЛЬ» ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Петракова Т.Г. – ст. преподаватель, Чупрова Н.С. - студент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Создание курорта «Тараскуль» в Тюменской области является не случайным открытием как нахождение радона на курорте Белокуриха, а целенаправленной работой государства в советский период по развитию санаторно-курортной отрасли. В послевоенные годы государством решалась задача приблизить санаторно-курортные учреждения к местам работы и проживания людей, что являлось в медицинском отношении наиболее целесообразным.

История создания курорта «Тараскуль» начинается с исследования территории Тюменской области на наличие гидроминеральных ресурсов. Так, в 1947-1948 гг. Свердловский институт физических методов лечения разведка и оценил запасы сапропелей

озер Большой и Малый Тараскуль. В мае 1949 г. Свердловским НИИ физических методов лечения МЗ РСФСР совместно с Тюменским областным отделом здравоохранения была организована комплексная экспедиция по изучению сапропелевых залежей озер Большой и Малый Тараскуль. В 1962-63 гг. Свердловским НИИ курортологии и физиотерапии были исследованы тараскульская минеральная вода и лечебная сапропелевая грязь.

Положительные результаты изучения свойств сапропелевых залежей, минеральных вод привели к тому, что 5 июля 1961 г. постановлением совета министров РСФСР № 696 было принято решение о строительстве курорта на базе природных богатств озер Большой и Малый Тараскуль, а 27 января 1962 г. по решению Тюменского облисполкома отведен земельный участок Свердловскому территориальному курортному управлению под строительство бальнеогрязевого курорта «Тараскуль». В 1965 году на территории будущего курорта был отстроен и сдан в эксплуатацию 96-квартирный жилой дом. Место строительства первых корпусов было неудобным, топким, болотистым, с множеством комарья. Стройку вело СМУ-14 «Тюменьгорстрой» [4; 7].

В 1968 г. по решению Тюменского облисполкома озера Малый и Большой Тараскуль и окружающий лес были отнесены к памятникам природы местного значения. Позднее 6 января 1971 г. курорт «Тараскуль» был включен в перечень курортов РСФСР имеющих республиканское значение, а 16 марта 1977 года открыта первая очередь курорта на 250 мест (проектная мощность 1360 мест) для больных с заболеваниями нервной системы, органов пищеварения и опорно-двигательного аппарата. Именно эту дату принято считать днем официального открытия первого курорта в Тюменской области. Так в юго-западной части Западно-Сибирской равнины в подзоне южной тайги, в 27 км от Тюмени, на берегу озера Малый Тараскуль, в лесистой местности появился курорт «Тараскуль». Научно-методическая, лечебная база курорта основывалась на таких природных лечебных факторах как хлоридно-натриевая йодобромная минеральная вода и сапропелевая лечебная грязь оз. Малый Тараскуль [4; 6; 7; 9].

За 1977 год на курорте пролечилось 3694 чел., эффективность лечения составила 99%. Работа курорта получила высокую оценку не только отдыхающих, но и органов здравоохранения и прессы [4]. В 1977 году в целях развития научной базы практическими врачами Ю.И. Кардаковым, А.А. Моисеенко, И.М Рекало были разработаны методические рекомендации «Показания, противопоказания и методики лечения на курорте «Тараскуль». Рекомендации были рассмотрены научно-курортной комиссией при Тюменском курортном совете, рецензированы и утверждены Свердловским НИИКиФ и явились первым официальным научно-обоснованным руководством для повседневной практики первого в области бальнеогрязевого курорта. С 1977 по 1979 год на курорте «Тараскуль» получили лечение более 9000 трудящихся Тюменской области, в том числе 8300 по путевкам и около 1000 амбулаторно-курсовочных больных. При анализе исходов лечения по общепринятым критериям из 9300 лечившихся с положительными результатами выбыло с курорта 98,7 %.

К 1980 году на курорте был построен детский комбинат «Лесная сказка» на 140 мест, запущены в эксплуатацию клуб-столовая на 1362 посадочных места с киноконцертным залом, зрительный зал клуба на 597 мест, библиотека и лечебный корпус, соединенный теплым переходом с клубом-столовой. Продолжалось строительство питьевой галереи на 700 посещений, спального корпуса на 1360 мест, два жилых дома на 120 и 96 квартир. Коечный фонд составил 300 чел. в месяц. Санаторные больные размещались в 4-х подъездах 119-ти квартирного жилого дома в 2-3 местных палатах с санузелом, горячей и холодной водой. Постепенно оснащались и многочисленные процедурные кабинеты водогрязелечебницы. В 1982 г. открылось гастроэнтерологическое отделение курорта на 150 коек, стала проводиться терапия различной патологии желудочно-кишечного тракта [1-3].

Позднее на курорте была развернута мощная диагностическая база курорта – клиническая, биохимическая и бактериологическая лаборатории, рентгеновские кабинеты, кабинеты исследования функции сердечно-сосудистой системы, органов пищеварения и другие. Все отделения были оснащены новейшей аппаратурой. Важным элементом

комплексного лечения являлось диетическое питание, продуманная организация отдыха больных. На курорте функционировали лечебный корпус с водогрязелечебницей, лечебный плавательный бассейн, поликлиническое и физиотерапевтическое отделение.

К 1987 году курорт принял и обслужил 59730 отдыхающих, почти половину их составили рабочие различных отраслей промышленности Тюмени и Тюменской области. За первое десятилетие в «Тараскуле» поправили свое здоровье 3712 ветеранов Великой Отечественной войны [4]. В 1987-1988 гг. на курорте «Тараскуль» котельная была переведена на газ, сдан в эксплуатацию пансионат на 348 мест, проведены ремонтные работы в жилых помещениях, лечебнице и столовой [2].

В связи с периодом перестройки в 1988-1989 гг. развитие курорта приостановилось, что выразилось в нехватке промышленных товаров, материальных ресурсов по строительству спального корпуса на 1360 мест, снижении качества обслуживания. ВЦСПС и Центральный совет отказались от фондового снабжения материальными ресурсами и стали единственным ведомством, которое перешло на оптовую торговлю. Оптовая торговля в лице Тюменьглавснаба оставила курорт «Тараскуль» без материалов. Центральный совет рекомендовал переходить курорту на прямые связи с предприятиями-изготовителями, но кризис наблюдался и в производственной сфере [2; 5]. В связи с реорганизацией государственного социального страхования, отсутствием в облсовпрофе средств возведение жилого корпуса на 1360 мест прекратилось, хотя до окончания строительства требовалось 3,2 млрд рублей [8].

В 1990 г. Тюменский областной совет по управлению курортами преобразовался в объединение «Тюменькурорт» и включил на правах юридических лиц курорт «Тараскуль», дом отдыха «Ишимский», дом отдыха «Тобольский» и курортную поликлинику с пансионатом им. А.Н. Оловяникова [7]. Несмотря на проблемы развития материальной базы курорта, к 1992 году курорт «Тараскуль» обновил часть лечебной и диагностической аппаратуры, оснастился новой. С 1992 года стало широко практиковаться лечение детей с четырехлетнего возраста. В начале 1990-х гг. были освоены новые лечебные методики с использованием природных факторов, принципы мануальной терапии, открылись отделения лазеротерапии, реабилитации больных, перенесших острый инфаркт миокарда, началось лечение парандонтоза и описторхоза [4; 7].

Развитие научной и материальной базы сопровождалось реорганизацией курорта. 18 февраля 1992 г. была произведена регистрация хозрасчетного предприятия профсоюзов «Курорт «Тараскуль». В сентябре 1995 года курорт «Тараскуль» был передан в непосредственное подчинение региональному отделению фонда социального страхования РФ [7], а 9 декабря 1995 года утверждено соглашение о совместном финансировании строительства санатория «Тараскуль» Тюменским региональным отделением Фонда социального страхования Российской Федерации, Ханты-мансийским и Ямало-Ненецким окружными отделениями Фонда социального страхования РФ [3].

В августе 1996 года хозрасчетное предприятие «Тараскуль» было преобразовано в государственное санаторно-курортное учреждение санаторий «Тараскуль», а в 1997 году на курорте открылся новый спальный корпус на 1360 мест. К 1997 году общее количество поправивших свое здоровье приблизилось к 140 тыс. чел., изменилась материально-техническая и методическая база курорта. В водогрязелечебнице было установлено новое бальнеогрязевое оборудование производства Чехословакии, открыто отделение ароматических ванн, уникальный для области кабинет тракционного вытяжения позвоночника и суставов. В сентябре 2000 года состоялось открытие в санатории специализированных и реабилитационных отделений, а 10 сентября ГКСУ Санаторий «Тараскуль» был преобразован в ФГУ Санаторий «Тараскуль» [4; 7].

Список литературы:

1. ГАОПОТО. Ф. 3911. Оп. 1. Д. 1185. Л. 34–36

2. ГАОПОТО. Ф. 3911. Оп. 1. Д. 1787. Л. 6-23
3. ГАТюМО. Ф. 1941. Оп. 1. Д. 1941. Л. 52.
4. Дела и люди : спец. выпуск, посвященный 20-летию санатория «Тараскуль». – 1997. – С. 31.
5. Колесников, Ю. Курорт в опале // Тюменская правда. – 1989. – 23 мая. – С. 2.
6. Мелентьев, С. С. К 60-летию советских курортов // Актуальные вопросы физиотерапии и курортологии в условиях Западной Сибири. – Тюмень, 1979. – С. 3–6.
7. Музей санатория «Тараскуль» Тюменской области.
8. Санаторий «Тараскуль» // Тюменская правда. – 1993. – 17 сентября. – С. 3.
9. Ситников, В. И. Основные итоги двухлетней работы курорта «Тараскуль» / В. И. Ситников, Л. П. Коренякин, Ю. И. Кардаков // Актуальные вопросы физиотерапии и курортологии. – Тюмень, 1979. – С. 19–22.

ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛЬНОГО ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РОССИЙСКИХ ТУРИТСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Т.Г. Петракова – ст. преподаватель

Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Глобальный финансовый кризис, начавшийся осенью 2008 года относится к внешним факторам, влияющих на развитие российского туризма. Влияние кризиса на туроператоров и турагентов является реакцией его проявления, так как первоначально кризис отразился на объектах индустрии туризма, а точнее на поставщиках туристских услуг - авиакомпаниях, отелях, принимающих фирмах за рубежом. Сокращение работников на предприятиях отраслей экономики, снижение заработной платы, следовательно, уменьшение покупательского спроса на турпродукт также оказали негативное влияние на деятельность туристских организаций [4].

За осень 2008 г. и зимний период 2009 г. кризис проявился в том, что в ряде турфирм сократили сотрудников, не проходили платежи, сократились некоторые чартерные программы, происходила задержка авиарейсов. В первую очередь кризис затронул компании, работающих с корпоративными клиентами, так как оплата за туры, как правило, в этих случаях происходит после оказания услуги [3]. Приостановила свою деятельность до 1 марта 2009 г. турфирма «Вояж-Люкс», прекратил работу туроператор «Креста-Турс» [5]. В г. Екатеринбурге в связи со сложной финансовой ситуацией более 15% из 525 существующих туристских фирм закрылось, остальные переживают один из самых тяжелых периодов за время своего существования [1]. Продажи туристских путевок на Уральском рынке туристских услуг снизились на 30-40% [7].

Существует обратное мнение на предмет влияния финансового кризиса на деятельность туристских организаций. Представители Ассоциации туроператоров России считают, что проблема выдачи кредитов в банках это временная сложность, сезонное сокращение кадров на 8-10% это нормальный процесс. Отмечают, что падения туристского сектора не происходит, многие регионы показывают те же результаты продаж, что и в прошлом году, ни один туроператор, входящий в АТОР, не обанкротился, повального закрытия турфирм не предвидится, но возможна реструктуризация туристского рынка, что тоже является естественным процессом.

Следует отметить, что финансовый кризис отразился на тех туроператорах, которые не являлись вертикально интегрированными и не зарекомендовали себя на туррынке как туристские организации, предоставляющие качественный отдых. Обанкротились те турагентства, которые в этот период только начали свою деятельность.

Финансовый кризис, исходя из вышеуказанных причин, оказал влияние на спрос туруслуг. Спрос на турпутевки по некоторым направлениям в результате последствий мирового финансового кризиса снизился на 30-40% по сравнению с 2007 г., в тоже время в 3-

4 раза вырос спрос на чартерные железнодорожные туры [3]. На 15-20% снизился спрос на турпутевки в самые распространенные среди среднего класса туристов страны – Турция, Египет и другие. В среднем 5-7% путешественников отказываются от заранее забронированных туров. Высокобюджетные туры, как и прежде, пользуются прежним спросом у путешественников класса «премиум» [1; 2; 6; 7]. Спрос на лыжные туры снизился на 5-10%, а на экзотические туры - на 25%. В тоже время увеличился спрос на демократичные лыжные курорты: Словения, Болгария, Турция, Греция. Цены на курорты Германии остались прежними [4]. В целом цены на путевки по всем направлениям выросли в среднем на 20-30% [2]. Туркомпаниям придется учитывать ряд особенностей поведения клиентов в кризис. Неизбежно уменьшение глубины продаж, так как люди не могут планировать отдых на 3-6 месяцев вперед. В подобный период туристы начинают экономить, едут на меньший срок, в «низкий» сезон. Из-за кризиса изменится структура спроса: возрастет интерес к низкобюджетному отдыху и внутреннему туризму. В связи с тем, что кризис наступил в осеннее зимний период, то менее заметно кризисные явления отразились на туроператорах, специализирующихся на зимнем туризме.

В целях преодоления кризиса туроператоры вводили антикризисные меры, направленные на повышение продаж, а именно - увеличение комиссий для турагентств, повышение мотивации турагентств, привлечение туристов.

Увеличение комиссионного вознаграждения позволяет сделать скидку на путевку туристу либо поднять собственный доход. Так, туроператоры г.Екатеринбурга «Море Трэвел», «Европорт» и «Капитал Тур» осенью увеличили комиссии до 15%, что привело к частичной потере собственной прибыли, но удалось сохранить ритмичность бронирования и платежей, выполнить задачи по загрузке мест в отелях и на рейсах, а также увеличить глубину продаж. С декабря туроператоры вернулись к стандартным условиям работы с комиссией от 10 до 14% в зависимости от объема сотрудничества. Причем туроператор «Капитал Тур – Екатеринбург» увеличил комиссию, только 12 агентствам, входящих в «Капитал Клуб». Некоторые туроператоры вообще не повышали комиссионное вознаграждение для турагентств. Увеличение комиссии для туроператоров является недолговременной акцией, поскольку сопряжена с финансовыми рисками [7].

Повышение личной мотивации менеджеров турагентств, которые взаимодействуют непосредственно с клиентами, заключается в повышении бонусов. Например, за продажу тура менеджер, участвовавший в бонусной программе, получал от 5 до 20 баллов в зависимости от направления. Чтобы повысить заинтересованность, бонус увеличивают до 100 баллов за каждого туриста, независимо от направления [6; 7].

В целях привлечь туриста туроператор «Интурист», например, предоставлял скидку 5 тыс. руб. на каждый тур при условии, что до 8 декабря клиент забронирует путевку на период с 1 января по 7 марта.

В связи с кризисом туроператоры стараются адаптировать свои портфели предложений к новым условиям. Некоторые турфирмы переориентировались на более экономичные направления, так как, например, в сегменте индивидуальных туров обеспеченные горнолыжники из отелей переходят в апартаменты (квартирного типа), с дорогих перелетов бизнес-классом – на эконом. Туркомпания «Пальма-Турс» г.Екатеринбурга пересмотрела продуктовую сетку в сторону бюджетных предложений, таких как Санкт-Петербург, Великий Устюг, горнолыжные курорты на Урале, санатории и базы отдыха, краткосрочные зарубежные туры. Директор уральского представительства Tez Tour считает, что эффективнее подкорректировать объем перевозок – уменьшить число чартеров или сменить тип воздушного судна, выбрав самолет с меньшим числом кресел [7].

Таким образом, глобальный финансовый кризис не привел к масштабному банкротству турфирм, а проявился в изменении покупательского спроса и переориентации туроператоров на более экономичные направления. Риски в турбизнесе достаточно высоки, так как качество конечного продукта зависит и от авиакомпании, и от гостиниц, и от агентств. Крупные туроператоры уже давно задумались о том, чтобы контролировать всю цепочку: озаботились

постройкой собственных отелей и покупкой доли в авиапредприятиях и даже основывают на этом антикризисные программы. Контроль всех элементов турпродукта поможет сэкономить - понизить себестоимость туров за счет вертикальной интеграции, повысить эффективность продаж, используя собственную схему реализации. Следовательно, кризис и падение спроса неизбежно приведут к качественному развитию сферы гостеприимства.

Библиографический список:

1. В условиях кризиса в Екатеринбурге закрылось около 80 турфирм [Электронный ресурс] // Информационное агентство «Новый Регион – Екатеринбург», 1998-2009. – 15 декабря. – 2008. URL: <http://www.nr2.ru/ekb/211737.html>
2. Великанова М. Кризис отдыху - помеха? Комментарии турфирм [Электронный ресурс]. URL: <http://prm.ru/rest/2008-11-13/26441>
3. Кризис затронул российские турфирмы [Электронный ресурс] // Полит.ру, 1999-2009. – 7 апреля. – 2009 г. URL: <http://www.polit.ru/news/2008/11/10/turfirma.html>
4. Кризис продлил жизнь российским туроператорам [Электронный ресурс]. – 11 декабря. – 2008. URL: <http://turist.rbc.ru/article/11/12/2008/137861>
5. Турфирмы - жертвы финансового кризиса [Электронный ресурс]. – 19 ноября. – 2008. URL: <http://hochuvotpusk.info/?p=76>
6. У каждой турфирмы свои рецепты преодоления кризиса [Электронный ресурс] // ТУРПРОМ.ру, 2004-2008. URL: <http://www.tourprom.ru/news.aspx?id=5034>
7. Уральские турфирмы теряют прибыль: продажи снизились на 30-40 процентов [Электронный ресурс] // Информационное агентство «Новый Регион – Екатеринбург», 1998-2009. -15 декабря. - 2008. URL: <http://www.nr2.ru/ekb/211737.html>

БРЕНД КАК ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНЫМИ АКТИВАМИ (НА ПРИМЕРЕ СЕТИ РЕСТОРАНОВ «КУ-КУ» Г. БАРНАУЛА)

Пинтаева А.М. – студентка, Внучкова Т.Н. – к.ф.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г.Барнаул)

Сегодня тема брендинга актуальна практически для всех, начиная от консультантов и директоров по маркетингу и заканчивая генеральными директорами, предпринимателями и инвесторами. Однако, несмотря на такой животрепещущий интерес к данной теме, до сих пор нет единого понимания участниками рынка как самой природы брендов, так и подхода к созданию и управлению брендами (брендинг). В этой связи, соответственно, нет и четкого понимания, какие экономические, финансовые и маркетинговые результаты могут получить компании от брендирования своей продукции / услуг. Данный вопрос рассматривался в работах: Година А.М., Домнина В.Н., Жаркина Е., Музыканта В.Л., Ромата Е.В, Важенина И., Волкова А.Т., Голубкова Е.П.

Цель данной работы – проанализировать существующие определения бренда и нематериальных активов, выявить преимущества брендирования предприятия (на примере сети ресторанов «Ку-ку» г. Барнаула).

Для того чтобы достичь цели, необходимо решить следующие задачи:

- 1). Проанализировать понятие бренда и нематериальных активов.
- 2). Проанализировать рекламную деятельность сети предприятий «Ку-ку» г. Барнаула.
- 3). Выявить преимущества брендирования предприятия.

Актуальность выбранной темы обуславливается тем, что нематериальные активы приносят большую прибыль, в связи с этим предприятию очень выгодно иметь в своем ведении нематериальные активы. В нашем случае мы будем раскрывать понятие нематериальные активы через брендинг на примере бренда «Ку-ку».

Практическая значимость научного исследования касается руководителей, работников ресторанов, инвесторов. Научная новизна обусловлена выбором объекта исследования. Данная сеть ресторанов с точки зрения нематериальных активов не исследовалась.

Бренд включает в себя такие категории как репутация, качество, узнаваемость и т.п. Именно такие ценности создают у потребителя лояльность, а затем и приверженность к бренду и определяют его силу, и, соответственно, стабильность и прибыльность всей компании. Таким образом, бренды являются нематериальными активами компании (наряду с патентами, ноу-хау и т.п.). В этой связи и относиться к ним надо, как к активам, то есть любое вложение в разработку и управление брендом рассматривать не как затраты в расчете на получение быстрой прибыли (краткосрочный эффект), а как инвестиции в расчете на получение долгосрочного эффекта в виде увеличения капитализации и инвестиционной привлекательности бизнеса в целом.

Резюмируя все вышесказанное, получаем, что:

1. Бренд – это эффективный инструмент увеличения инвестиционной привлекательности компании и возможность оптимизировать ее инвестиционную стратегию;
2. Бренд – это нематериальный актив компании, генерирующий дополнительный денежный поток и повышающий капитализацию компании;
3. Бренд – это инструмент, повышающий эффективность функциональных стратегий, в т.ч. маркетинговой [1].

Если говорить о брендинге, то в анализируемой компании (сеть ресторанов «Ку-ку» г. Барнаула) он подразумевается как процесс управления с целью капитализации и повышения акционерной стоимости компании посредством разработки и создания брендов на базе товаров/услуг компании.

В настоящее время в сфере социально-культурного сервиса существует огромный спектр предлагаемых ресторанных услуг, в связи с чем, следует выделяться и отличаться, быть своеобразными и ни на кого не похожими, поэтому, мы считаем, что целесообразно создавать бренд. Необходимо не только создавать бренд, но и правильно и качественно управлять им. Бренд входит в понятие нематериальных активов, которые в свою очередь входят в баланс предприятия [2].

Для фирмы капитал бренда создает:

- дополнительный поток денежных средств;
- облегчает привлечение новых Потребителей, если бренд уже им знаком (гарантированное качество);
- известность имени бренда, ощущаемое качество и ассоциации, связанные с брендом в сознании Потребителей, усиливают степень приверженности к бренду; бренд позволяет установить премиум - цену, а значит, получить дополнительную прибыль;
- возможно расширение перечня продуктов под тем же брендом, что легче, чем создание новых брендов;
- бренд снижает неопределенность для дистрибьюторов и получает у них преимущество при размещении в торговых точках, а также поддержку при проведении маркетинговых мероприятий;
- прочие активы бренда создают конкурентные преимущества и являются барьером для конкурентов».
- получение акционерами более высоких доходов
- привлечение компанией лучших кадров, а также высокое удовлетворение работников [3].

Бренд, обеспечивающий своему владельцу такие преимущества, может (и должен) рассматриваться как подлинный актив бизнеса. И, что особенно важно, по отношению к такому активу должен применяться в первую очередь стратегический подход. Таким образом, управление активом бренда должно быть не просто этапом осуществления стратегии фирмы, а являться неотъемлемой составной частью этой стратегии [4].

Таким образом, мы пришли к выводу, что целесообразно создавать не просто предприятия, а узнаваемые предприятия под известным брендом.

Примером такого предприятия, на наш взгляд, является сеть ресторанов «Ку-ку».

Сеть ресторанов «Ку-ку» представлена двумя предприятиями питания, первое находится на улице Антона Петрова 176 «б», второе на проспекте Калинина.

Первое предприятие (на А.Петрова) представляет собой общество с ограниченной ответственностью, которое было организовано в 2002 году.

Второе предприятие (на Калинина 1 «а») было открыто в 2007 году. Оно во многом повторяло первое, что сразу же дало свои результаты. Предприятие было узнаваемым, его посещали клиенты первого, к тому же здесь открылся еще и ресторан «Ку-ку- Lех», что привлекло дополнительную целевую аудиторию.

В ресторанах «КУ-КУ-Дым» все блюда готовятся на испанском мангале на открытом огне. В «Дыме» - непринуждённая атмосфера, где множество разнообразных блюд. Все блюда готовятся порционно. Особого внимания заслуживает высокая скорость подачи заказа. Одни гости приходят в «Дым», чтобы «поесть хорошего мяса», другие – для приятного времяпровождения. Оригинальные интерьеры, демократичность, доброжелательность официантов делает «Дым» не только местом, где можно вкусно поесть, но и отменным местом для встреч и свободного общения.

«Экспресс» – это свободная линия. В отличие от «фаст-фуда» рестораны быстрого обслуживания «Экспресс» предлагают полноценные обеды из четырёх блюд: большой выбор супов, сложноприготовленные главные блюда, богатый выбор разнообразных гарниров, свежеприготовленные морсы, духовую выпечку, свежевыжатые соки, вино и пиво на розлив и многое другое. Почти все блюда готовятся в пароконвектоматах, то есть без применения жира. В преимуществах «свободной линии» и заключается суть концепции «Экспресса» – скорость, демократичность, огромный ассортимент и «выбор глазами». Всё это делает «Экспресс» весьма популярным во всех социальных и возрастных группах.

«Lех» – изысканный ресторан в центре города. Современная, светлая и лёгкая атмосфера. Три зала. «Зелёный» – открытая кухня с новейшим оборудованием, обильный салат-бар, детская комната, в которой по выходным с детьми играет клоун. Гости могут наблюдать за процессами приготовления и подачи блюд. В этом зале не курят.

В «Белом», особая атмосфера – диваны, светлая кожа, золотые багеты. Этот зал – отличное место для проведения встреч и праздников, в том числе всей семьёй. По вечерам за пультом работает диджей. В новом зале «Мансарда» уютная атмосфера для 10–12 гостей.

Кухня «Lех» – это кухня «фьюжн», которая вобрала в себя блюда из разных стран. Есть отдельное детское меню и большой выбор эксклюзивных десертов от шефа-кондитера. Все десерты представлены на вращающейся витрине.

Рестораны предоставляют своим постоянным клиентам так называемые «Ку-ку» Premium card, которые позволяют Вам накапливать премию при каждом посещении ресторанов «Ку-ку». Вы можете использовать накопленную на карте премию на бесплатный досуг в наших ресторанах. Бонус имениннику +20%. Карту «Ку-ку» - Premium можно получить бесплатно. Карту могут получить все желающие посещать заведения «Ку-ку». Предоставляется большой выбор для ее использования - 5 заведений, 3 формата, 2 ресторанных комплекса.

Узнаваемость данным предприятиям обеспечили следующие рекламные средства: буклеты, баннеры, стойки, ролики на радио, растяжки, сайт в интернете. Все рекламные материалы выполнены в едином стиле, что обеспечивает узнаваемость и ассоциативную связь всех элементов сети ресторанов.

При открытии предприятий было потрачено около 10% от общего оборота компании, сейчас на рекламные мероприятия тратится 2% от оборота каждый месяц.

Проанализировав финансовую деятельность предприятия, мы увидели, что предприятие каждый месяц тратит около 1-2% от общего оборота компании. В денежном эквиваленте это могут быть различные суммы, в зависимости от того, каков оборот в месяц. Например, в июне 2008 года общий оборот компании составил 1 132 265,61, а затраты на рекламу

22 015,20, из этого мы можем вывести процентное соотношение, получится что на рекламу было потрачено лишь 0,71% из 100%. Из чего 1 000 рублей было потрачено на размещение рекламы в журнале, 9000 рублей на промоушн-акции и 12000 на изготовление рекламного щита.

Также, к примеру, в ноябре 2008 года было затрачено 230 568,90 рублей, это связано с тем, что предприятие разработало новое японское меню, рекламный дизайн которого был создан «Дизайн-студией Шале», услуги которой обходятся недешево, но средства оправдали результат. С появлением нового направления – суши, ресторан смог привлечь дополнительную целевую аудиторию – любителей японской кухни, которую составляет немалая часть населения нашего города.

В результате грамотной рекламной политики, направленной на создание и поддержание бренда предприятия, сеть ресторанов получила определенные преимущества: узнаваемость, постоянная клиентура, максимально широкая целевая аудитория, возможности для расширения рынка и внедрения дополнительных предложений.

То есть, можно сделать вывод, что стабильные затраты на поддержание бренда позволяют предприятию получать указанные выше преимущества, повысить стоимость нематериальных активов и, как следствие, предприятия в целом, а также получить отдачу в виде прибыли.

Список литературы:

- 1) Домнин В.Н. Брендинг: новые технологии в России. – СПб.: Питер, 2002. - 352 с.
- 2) Жаркин, Е. Как создать бренд, дающий реальные результаты/ Е. Жаркин //Рекламные технологии. - 2006. - №8. - С. 8
- 3) Музыкант, В.Л. Формирование брэнда средствами рекламы и PR: учеб. пособие для вузов по специальности 061500 "Маркетинг" и 350700 "Реклама"/ В. Л. Музыкант. - М. : Экономистъ, 2004. - 608 с.: ил. - (Homo faber)
- 4) Ромат, Евгений Викторович. Реклама/ Е. В. Ромат. - 4-е изд., перераб. и доп.. - СПб. : Питер, 2001. - 492 с.

РОЛЬ ГИС-ТЕХНОЛОГИЙ В СОЗДАНИИ КАДАСТРА ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Писарев К. студент, Дунец А.Н. – к.г.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Кадастрами природных туристских ресурсов называется свод экономических, экологических, организационных и технических показателей, характеризующих количество и качество природного ресурса, состав и категории природопользователей. Данные кадастров лежат в основе рационального использования природных ресурсов, охраны природной среды, на их базе определяется денежная оценка природного ресурса, его продажная цена, система мер по восстановлению и оздоровлению окружающей среды.

Единого кадастра природных ресурсов не существует. Кадастры представлены по видам природного ресурса. По общим их целям и структуре все они образуют единую экономико-правовую схему.

Система кадастра туристских ресурсов и объектов (далее КТР) формируется для обеспечения органов исполнительной власти и органов местного самоуправления достоверной информацией о состоянии природно-ресурсного потенциала в Российской Федерации.

КТР является частью территориальной информационной системы и представляет собой свод системно-организованных данных о природных ресурсах и природных объектах в

границах административной территории (субъект Российской Федерации, округ, район), предназначенных для обеспечения процесса принятия управленческих решений по вопросам охраны окружающей среды, использования природных ресурсов и обеспечения экологической безопасности.

Комплексность информации в КТР достигается путем использования расчетных интегральных показателей, итеративных экспертных оценок на основе анализа кадастровых и других данных по учету отдельных природных ресурсов, а также данных экологического мониторинга и государственной статистики. Информация КТР используется органами исполнительной власти и органами местного самоуправления, юридическими и физическими лицами, общественными объединениями.

КТР создается на основе современных геоинформационных и телекоммуникационных технологий, что означает включение в него систем создания и поддержания цифровых кадастровых карт и планов, баз данных по учету природных ресурсов и загрязнения природных сред, а также технических и программных средств для работы в различных режимах удаленного доступа. Информация КТР должна быть представлена в виде географических карт, таблиц и описаний на электронных и бумажных носителях и унифицирована по масштабам карт, стандартам по сбору данных, родам классификаций, требованиям режимов использования и методикам социально-экономической оценки.

Важнейшим элементом создания КТР является создание ГИС туристских ресурсов. В составе творческого коллектива мы принимали участие в разработке туристической карты Алтайского края. В нашей ГИС пользовательская информация привязана к географическим объектам трех типов: 1) точечные объекты, например адреса, которые служат основой для геокодирования БД, содержащих адресные атрибуты (например, о туристических предприятиях и организациях и т.д.); 2) линейные объекты, например осевые линии путей сообщения, которые служат основой для хранения характеристик объектов придорожного сервиса, структуры и прочих характеристик потоков; 3) площадные объекты – различные районы (территории ООПТ, ОЭЗ туристско-рекреационного типа, зоны отдыха и др.) как основа для обобщенного представления территориальных различий тех или иных явлений.

При разработке тематической нагрузки большое внимание было обращено на формирование системы условных знаков. При создании туристской карты использованы следующие способы картографического изображения и системы условных обозначений:

1. **Значковый.** Использован для отображения широкого круга туристско-рекреационных объектов и явлений, локализованных в пунктах: специализированные туристические объекты размещения; гостиницы; объекты придорожного сервиса; турфирмы; населенные пункты с указанием типов туризма; места с наибольшей концентрацией турмаршрутов по видам туризма; санатории и места развития лечебно-оздоровительного туризма вне сцену чередований; археологические и исторические памятники; памятники природы, пещеры, интересные для туристов объекты природы; музеи, места связанные с жизнью и деятельностью известных людей; интересные и опасные объекты на реках; места, имеющие важное религиозное значение, в том числе храмы; архитектурные памятники; экскурсионные промышленные объекты; основные охотничьи базы; источники минеральных вод; месторождения лечебных грязей; места, где развиваются народные ремесла.

Для показа качественных и количественных различий использованы различные цветовые схемы и оттенки, штриховка, контуры, формы и размеры значков. При этом четко дифференцированы типы значков: геометрические, буквенные, наглядные, структурные и др.

2. **Способ линейных знаков** – позволил отразить на туристской карте природные и социальные объекты, имеющие линейное простираение, а также границы природных контуров и административных образований. С помощью данного способа показаны: основные туристские маршруты по видам туризма, особо охраняемые природные территории (их границы), реки и их категории сложности для водного туризма, пути сообщения с показом типов дорог в зависимости от состояния дорожного покрытия.

3. Способ ареалов – является одним из распространенных способов, применяемых как на общегеографических, так и на тематических картах. Он позволил отобразить области распространения наиболее интересных видов.

4. Способы изображения рельефа земной поверхности – изолинейный с гипсометрической шкалой. Изолинейный способ является основным для отображения характера физической поверхности. Он использован для построения растровой гипсометрической карты рельефа в масштабе имеющейся цифровой модели (ЦМР) 1: 500 000. Для этого применен аппарат аппроксимации TIN (см. выше). В целях детализации информации на туристской карте точками отмечены вершины (с наименованиями) и указаны их абсолютные отметки высот.

ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСКУРСИИ В СЕЛО ВЕРХ-ОБСКОЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ ДЛЯ УЧАЩИХСЯ СРЕДНИХ КЛАССОВ

Плешкова Е.Н. – студент

Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

1970-е годы знаменуются формированием и развитием туристско-экскурсионного дела. В 1970-е-1980-е годы в политико-воспитательных, культурно-познавательных целях было разработано множество экскурсий различной тематики. Экскурсии проводились на производственных мероприятиях, по городу, в пределах региона. Разработкой экскурсий занимался методический отдел при местном совете по туризму. Накопление опыта создания, организации и проведения экскурсий позволило создать теоретическую основу, методику разработки экскурсий. В настоящее время экскурсионная деятельность в Алтайском крае, городе Барнауле, в сравнении с советским периодом, недостаточно развита. Разработку экскурсий осуществляют турфирмы, факультеты туристского профиля и др. Создавая экскурсию, необходимо помнить, что она должна быть уникальной и не только интересной, но и познавательной, обучающей.

Алтайский край знаменит замечательными и великими людьми, такими как Иван Ползунов, Михаил Калашников, Василий Шукшин, Герман Титов, Валерий Золотухин, Михаил Евдокимов. С именами этих людей связаны тематические экскурсии выходного дня в с.Сростки, с. Полковниково, г.Белокуриха.

Мной была разработана уникальная экскурсия на Родину народного артиста России, губернатора Алтайского края Михаила Сергеевича Евдокимова в с. Верх-Обское под названием «Михаил Евдокимов: Мой край для меня – это Родина, а Родина – это Алтай» Протяженность экскурсии составляет 375 км, длительность – 9 часов 30 минут. В таблице 1 представлена методическая разработка экскурсии.

Таблица 1

Методическая разработка экскурсии

Маршрут	Объекты показа	Наименование подтемы и перечень основных вопросов	Организационные указания	Методические указания
---------	----------------	---	--------------------------	-----------------------

г.Барнаул – въезд в с.Верх-Оское		- биография М. Евдокимова; - просмотр объектов его творчества	рассказ в автобусе во время пути	-прием вопросов и ответов; -прием движения; -прием предварительного просмотра; -прием демонстрации наглядных пособий (фото, отрывки из фильмов, монологи, песни)
въезд в с.Верх-Оское – родной дом	родите льский родной дом	-факты детства; -факты времени, проведенного в доме	рассказ о месторасполож ении дома	-прием абстрагирования; -прием зрительного сравнения; -прием описания события
родной дом - школа	школа, мемориаль ная доска, музей памяти	-показ школы; -показ музея; -рассказ о школьных годах	пеший переход от родительского дома к школе, её посещение, просмотр прилегающей территории	-прием демонстрации наглядных пособий; -прием описания события; -прием зрительного монтажа
школа – сельский дом культуры	сельский дом культуры, модельная поселенчес кая библиотека	-показ ДК; -посещение библиотеки	пеший переход от школы до сельского дома культуры, рассказ о творческих началах Евдокимова, рассказ о реконструкции	-прием зрительного монтажа; -прием описания события; -прием демонстрации наглядных пособий; -анализ явлений
сельский дом культуры – дом М.С. Евдокимова.	дом М.С. Евдокимов а, лестница к берегу р.Катунь, набережная	-показ дома; -рассказ о событиях, связанных с ним, рассказ об установленной лестнице	пеший переход к дому, его осмотр, прогулка по набережной, в летнее время возможно купание в р.Катунь	-прием панорамного показа; -прием описания события; -прием зрительного сравнения
дом М.С.Евдокимов а – стадион «Старт»	стадио н «Старт», футбольно е поле, волейбольн	-показ стадиона в целом, показ отдельных объектов; -рассказ о	пеший переход по ул. Набережная, обзор стадиона у ворот, вход	-прием абстрагирования; -прием описания события; -прием зрительного

	ая площадка, комментат орская будка	спортивном мероприятии, ежегодно проходящем на стадионе	на стадион и рассмотрение каждого объекта в отдельности	монтажа; -прием движения
стадион «Старт» - часовня «Неопалимая Купина»	часовня «Неопалим ая Купина»	-показ часовни; -рассказ о ней (почему была установлена)	переход по стадиону к часовне, вход в часовню (часовня имеет вид беседки)	-прием абстрагирования; -прием описания события; -анализ явления
часовня «Неопалимая Купина» - семикупольный белый храм Михаила Архангела (строящийся)	стройка храма	-показ стройки; -рассказ о будущем храме, предпосылках его создания	переход к строящемуся храму, инструктаж о поведении на стройке	-прием зрительной реконструкции; -прием зрительного монтажа; -прием абстрагирования; -показ мемориального объекта; -прием демонстрации наглядных пособий
семикупол ьный белый храм Михаила Архангела (строящийся) - часовня Михаила Архангела на кладбище	часовня на кладбище	-показ часовни; -посещение часовни; -чтение книги с пожеланиями и словами соболезнования; -осмотр первоначального памятника на могиле - креста	переезд на автобусе, который будет ждать экскурсантов около церкви, к часовне	-прием описания события; -показ мемориального объекта; -прием абстрагирования; -анализ явления
часовня Михаила Архангела на кладбище - могила М.С. Евдокимова	могила М.С. Евдокимов а, памятник, мемориаль ная доска	-осмотр памятника; -история его создания; -прочтение мемориальной доски; -рассказ о похоронах	переход от часовни к могиле, осмотр окружающей территории	-прием описания события; -показ мемориальной доски; -прием зрительного монтажа; -прием психологического воздействия
могила М.С. Евдокимова - часовня Архангела Михаила на месте гибели М.С. Евдокимова	часовня Архангела Михаила на месте гибели М.С. Евдокимов а	-осмотр трассы, схематичное описание аварии; -осмотр часовни; -осмотр мироточащей иконы	переезд на автобусе до часовни, остановка, переход дороги к часовне	-прием зрительного монтажа; -прием описания события; -прием демонстрации наглядных пособий; -анализ явления;

				-прием психологического воздействия
часовня Архангела Михаила на месте гибели М.С. Евдокимова – г.Барнаул		-просмотр фильма «Я вернусь»	переезд на автобусе в г.Барнаул	-прием психологического воздействия

При создании экскурсии разработчик столкнулся с определенными проблемами и трудностями, которые необходимо было решить, для полноценного и действенного существования экскурсии. На первом этапе, разработка экскурсии, для сбора полной и достоверной информации, были опрошены жители села – земляки М.С. Евдокимова, друзья знакомые и коллеги. На втором, организация экскурсии, для начала нужно было определиться с аудиторией экскурсантов, ими стали учащиеся средних классов общеобразовательных школ, далее организовать транспортную доставку, питание и установить связи с сотрудниками объектов экскурсии. Для транспортировки экскурсантов был арендован автобус вместительностью 36 посадочных мест, оснащенный необходимым звуко- и видеооборудованием, питание осуществлялось в сельском кафе, к организации были подключены директора местной сельской школы и дома культуры.

При проведении экскурсии необходимо учесть сезонный фактор: идеально подходит летнее время года, возможны экскурсии весной и осенью, зимой продолжительность приходится сокращать, в связи с длительным пребыванием экскурсантов на открытом воздухе.

Экскурсия воссоздает образ М.С. Евдокимова, как человека с большой доброй русской душой, настоящего патриота, носит познавательный и воспитательный характер.

На данном этапе времени экскурсия «Михаил Евдокимов: Мой край для меня – это Родина, а Родина – это Алтай» находится в продаже туристской кампании «Мир», с помощью которой проводится рекламная программа по ее реализации.

ДОМАШНИЕ МИНИ-ПИТОМНИКИ КАК НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ЛИЧНЫХ ПОДСОБНЫХ ХОЗЯЙСТВ

Поздеева К.Ю. – студентка, Косицына М.М. – доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

В современных условиях, когда крупные предприятия по производству посадочного материала испытывают серьезные трудности в связи с экономической ситуацией в стране, стоит обратить внимание на развитие мелких сельхоз производителей. Наиболее интересным на наш взгляд является организация мини питомников декоративных и плодовых культур в рамках личного подсобного хозяйства.

Личное подсобное хозяйство это особая организационно правовая форма семейного бизнеса ,которая имеет свои преимущества.

- значительные льготы в налогообложении
- программы государственной поддержки через организацию льготного кредитования(государство возвращает часть процентов по кредитам для этой категории предпринимателей)
- подобное направление в предпринимательской деятельности не требует больших капиталовложений.

Сейчас активно поддерживаются такие направления ЛПХ как закупка племенного скота и выращивание молодняка, закупка мини-техники, но нет программы которая бы позволила получить льготное кредитование на развитие мини питомников, хотя отдельные мероприятия по ЛПХ можно осуществить с помощью госпрограмм – это строительство теплицы и подсобных помещений, но в питомниководстве есть необходимость затрат на закупку элитного посадочного материала для организации маточника, а ведь качественны маточник это залог успеха в питомниководстве.

Зарубежная практика питомниководства знает примеры как крупных товаропроизводителей так и мелких ферм, которые производят экологически чистую продукцию по методу «органического земледелия». их продукция пользуется повышенным спросом у населения.

У нас в стране наоборот всегда отдавалось предпочтение крупным хозяйствам, где в агротехнике применялись химические средства борьбы с вредителями и болезнями растений, что сказывалось на экологической безопасности продукции. Исключение составляют научно исследовательские центры и организации, такие как ГНУ НИИСС им. М.А. Лисавенко где организовано выращивание всех видов посадочного материала для реализации населению, с использованием только биологических методов борьбы с вредителями и болезнями. Это бесспорно сказывается на качестве и экологической безопасности посадочного материала.

Беспокойство вызывают стихийные рынки рассады и саженцев декоративных, плодовых культур в весеннее время на улицах нашего города. Только ленивый не пытается продавать рассаду и саженцы, зачастую от имени известных питомников края. Люди малосведущие в агротехнике тех или иных культур бойко консультируют граждан при этом часто вводят их в заблуждение. Сортовая принадлежность материала также достаточно сомнительная.

Следует также отметить, что организуя питомник, необходимо грамотно строить взаимоотношения с авторами сортов, которые предполагается размножать для реализации, поскольку авторские права защищены законом. Необходимо заключать договора с владельцами авторских прав, что поможет грамотно вести бизнес.

На наш взгляд организация мини питомников в рамках ЛПХ позволит некоторым образом упорядочить обстановку на рынке посадочного материала ведь производитель, пусть даже и мелкий, заинтересован в качестве своей продукции. От этого зависит его репутация и дальнейшее экономическое благополучие.

ЭКСКУРСИЯ ПО АЛТАЙСКОМУ ГОСУДАРСТВЕННОМУ ТЕХНИЧЕСКОМУ УНИВЕРСИТЕТУ ИМЕНИ И.И. ПОЛЗУНОВА КАК ФОРМА ПРОФОРИЕНТАЦИИ АБИТУРИЕНТОВ

Прудникова А.А. – студентка, Жерносенко И.А. – к.к.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г.Барнаул)

Алтайский государственный технический университет имени И.И. Ползунова – один из крупнейших вузов России, признанный в Алтайском крае центром образования, науки и культуры. Университет осуществляет многоуровневую подготовку специалистов инженерно-технического, естественнонаучного, гуманитарного, социально-экономического профилей на 102 кафедрах университета по 36 направлениям и 60 специальностям ведут 1500 преподавателей, в том числе 47 академиков и членов-корреспондентов, более 100 профессоров, докторов наук, 800 доцентов, кандидат наук. Благодаря их трудам университет по праву считается ведущим в ряду крупнейших технических университетов России.

Однако из-за большого количества учебных учреждений высшего образования существует проблема конкуренции АлтГТУ с другими вузами за привлечение абитуриентов. Выбор вуза учащимся (и его родителями) формируется под воздействием как ценовых, так и неценовых факторов (впечатления абитуриента о библиотечном фонде, общественной жизни

вуза и т.д.). Таким образом, вузы стремятся различными способами воздействовать на абитуриентов, начиная от предоставления будущим студентам справочно-информационных материалов о вузе и его специальностях, заканчивая специфическими способами привлечения. Это определяет актуальность нашего исследования.

Цель исследования: проанализировать использующиеся формы работы по привлечению абитуриентов в АлтГТУ и разработать новую актуальную форму работы с абитуриентами.

Новизна исследования связана с созданием нового продукта, ранее не использовавшегося при работе по привлечению абитуриентов.

Алтайский государственный технический университет имеет следующие формы работы с абитуриентами школ города: в вузе действует приемная комиссия, которая осуществляет свою работу в течение года, каждый год выпускается обновленный справочник абитуриента на печатном и электронном носителе, организуются дни открытых дверей в университете. Однако статистика поступления 2008 года показывает, что данных мер недостаточно для привлечения абитуриентов, по ряду специальностей происходит недобор студентов. Как уже было сказано выше, выбор абитуриента формируется под воздействием ценовых и неценовых факторов, и если информацию о стоимости обучения будущий студент может получить из справочно-информационной продукции и приемной комиссии, то информация об условиях обучения для студента является практически закрытой. В связи с этим появляется потребность разработки ряда новых форм работы с абитуриентами в данном направлении.

Одной из таких форм является разработка экскурсионного продукта по достопримечательностям университета. Данный способ является актуальным, так как позволит знакомить будущих студентов с университетом, его особенностями, историей, культурой, традициями и обычаями, мотивируя тем самым поступать именно в АлтГТУ.

В процессе разработки экскурсии были выбраны следующие экскурсионные объекты показа в АлтГТУ: здание главного корпуса, памятник И.И. Ползунову, аудитория имени В.Г. Радченко, научная библиотека, Ползуновский центр, Концертный зал, доски почета актива и отличников университета, аудитория имени В.Н. Баварина, спортивный манеж, санаторий-профилакторий «Юность», Студенческий городок, Часовня Святой мученицы Татьяны, студенческая площадь «Сковородка». Каждый объект позволит абитуриенту более подробно познакомиться с различными видами деятельности в ВУЗе, с которыми он столкнется при обучении.

При просмотре здания главного корпуса рассказывается история основания ВУЗа, этапы его становления, общая информация об университете, которая позволит сформировать целостное восприятие о ВУЗе у абитуриента.

Памятник И.И. Ползунову является визитной карточкой технического университета. 4 мая 1961 года вузу было присвоено имя этого талантливого русского изобретателя, создавшего на Алтае первый в мире паровой двигатель. Этой высокой чести вуз был удостоен за успешное развитие учебно-производственной базы, подготовку научно-педагогических кадров и качественную организацию учебно-воспитательного процесса. Данный объект придает экскурсии большую значимость, раскрывает биографию значимого человека не только для ВУЗа, но и для города в целом.

Следующим объектом экскурсии является аудитория имени В.Г. Радченко. Василий Григорьевич являлся ректором университета с 1960 по 1987 год. Опыт производственника, высокие организаторские способности, позволили решить в короткий срок масштабную задачу – создания современной материальной базы, формирования квалифицированного коллектива преподавателей и обеспечения качества учебно-воспитательного процесса. Основные показатели института за четверть века выросли на несколько порядков, а политехнический вуз на Алтае превратился в одно из крупных учебных заведений и научных центров в Сибири и в России. Данный объект позволит абитуриенту не только увидеть учебную аудиторию и её оснащенность, а также проникнуться традициями вуза.

Научная библиотека познакомит абитуриента с особенностями работы с учебной литературой, поиском необходимых книг, читательскими залами для студентов, а также общим фондом библиотеки.

При просмотре Ползуновского центра будущим студентам расскажут о научной деятельности студенчества, проводимых научно-практических конференций в ВУЗе. Также помимо учебной деятельности студенты университета имеют возможность реализовывать свой творческий потенциал в танцевальных, вокальных и театральных коллективах. Об этой стороне студенческой жизни абитуриенту расскажут при просмотре Концертного зала АлтГТУ.

Далее экскурсанты переходят к доскам почета отличников и активистов университета. Данный объект демонстрирует абитуриентам результаты учебной и внеучебной работы студентов. Последним объектом внутри здания университета является именная аудитория имени В.Н. Баварина. Объект представит абитуриентам биографию известного выпускника университета – мэра города Барнаула.

При просмотре спортивного манежа абитуриентам расскажут информацию о спортивной жизни университета, имеющихся спортивных секциях, где будущие студенты смогут принять участие. Следующим объектом экскурсии является санаторий-профилакторий «Юность». Мощная лечебная база санатория, оснащенные современным оборудованием кабинеты, плюс хорошо продуманный интерьер всех помещений вызывают восторг у многих главврачей родственных учреждений.

Студенческий городок университета представит абитуриентам условия комфортабельного проживания для иногородних студентов, а также дополнительные услуги, которыми сможет воспользоваться будущий студент в процессе обучения в университете. Единственное за Уралом общежитие для семейных студентов, рассчитанное на 100 семей, также располагается в Студенческом городке АлтГТУ.

Часовня святой мученицы Татьяны торжественно открылась на территории Алтайского государственного технического университета 26 ноября 2004 года. Белокаменная часовня высотой 12 метров, построенная за два года по проекту студентов факультета архитектуры и дизайна, демонстрирует абитуриентам любовь и веру студентов университета в свою покровительницу.

Завершающим объектом экскурсии является студенческая площадь «Сковородка» - любимое место студентов всех вузов. Данный объект позволяет создать целостное впечатление о проводимой экскурсии.

Экскурсионные объекты отражают значимые для студента вопросы, связанные с процессом обучения в университете, его самореализацией. Качество и количество дополнительных услуг, представленных в экскурсии, формируют благоприятное впечатление об университете, повышая его конкурентоспособность.

Таким образом, разработанная экскурсионная программа может использоваться при организации дней открытых дверей для абитуриентов, с целью формирования благоприятного имиджа университета, который впоследствии поможет будущему студенту сделать правильный выбор в разнообразии высших учебных заведений.

Список литературы:

1. Алтайский Государственный Технический университет им. И.И. Ползунова 1942-2002/Составители В.И. Бурлаков, В.В. Дмитриев; Ответственный редактор Т.А. Савалей. – Барнаул: Из-во АлтГТУ, 2002
2. Памятка первокурсника Барнаул: Из-во АлтГТУ, 2008
3. <http://www.altstu.ru>

Пученина С. – студентка, Исаев В.В. – к.и.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

В конце XIX – начале XX в.в. передовые педагоги учебных заведений России обратили особое внимание на экскурсионное дело, все шире развивающееся в стране. В экскурсиях они увидели возможность значительно улучшить преподавание естественных предметов, приблизить учащихся к природе. К этому времени относятся первые статьи, посвященные экскурсионному делу среди учащихся, в “Записках Крымского горного клуба”, в журналах “Русский турист” и “Русская школа”. Длительное время организация экскурсий для учащихся оставалась делом отдельных энтузиастов. Таким был педагог Александровской учительской школы в Тифлисе – Николай Петрович Захаров. Важным средством обучения он считал экскурсии, на которых должны закрепляться знания, полученные на уроках. Он знакомил своих учеников на экскурсиях с природой Кавказа, его историей и культурой. Экскурсии совершались обычно всей школой пешком. На природе учащиеся под руководством преподавателей наблюдали различные предметы и явления, учились описывать их, составлять геологические и ботанические коллекции. Н.П. Захаров считал обязательной организацию экскурсий при изучении истории, географии и других дисциплин естественного цикла.

На Алтае первопроходцем образовательных экскурсий был преподаватель естествознания Барнаульского реального училища Виктор Иванович Верещагин. В 1905 и 1907 гг. по его инициативе организуются первые экскурсии, целью которых был сбор ботанических и энтомологических коллекций, а также барометрические наблюдения. Летом 1908 г. Верещагин отправился на экскурсию по Алтаю с краеведом К.Г. Мякишевым и учениками 7 класса Барнаульского реального училища С. Сабуровым и С. Безшапкиным. Экскурсия субсидировалась Алтайским Подотделом Императорского Русского географического общества. 11 июня экскурсанты выехали из Улалы по направлению к Телецкому озеру через Карасук, Салганду, Никольское, Ыныргу и Кебезень. Дальнейший маршрут экскурсии проходил от Телецкого озера по Чулышманской долине к Улагану и далее реками Кубадру, Курайка, Кускуннур, Джело, Карагем, Аргут, Жасатер, Тархата к Кош-Агачу. Из Кош-Агача участники экскурсии отправились Чуйским трактом в Бийск, сделав по пути две экскурсии в сторону от тракта: одну от Курая в верховья реки Актуру, другую из урочища Саракольдук в верховья реки Ачик. 27 июля экскурсанты вернулись в Бийск. В ходе экскурсии был собран гербарий цветковых растений, папоротников, мхов и лишайников и энтомологическая коллекция. Дублеты ботанических сборов были переданы в Томский университет.

Важным толчком к расширению экскурсионной деятельности стал циркуляр министра народного просвещения от 2 августа 1900 г. за № 20.185, которым отменялись летние каникулярные работы учеников и взамен их, рекомендовалось начальникам учебных заведений и педагогическим советам организовывать в период каникул для учащихся оздоровительные прогулки и путешествия. Определенную роль в развитии ученических экскурсий имело введение 9 марта 1902 г. специального тарифа №6900 на проезд учащихся, отправляющихся в образовательные экскурсии. На всех русских железных дорогах для групп экскурсантов устанавливался удешевленный проезд в вагонах 3 класса, а воспитанникам низших учебных заведений при поездках на расстоянии до 50 км предоставлялся бесплатный проезд. В последующие годы условия этого специального тарифа для учащихся, совершавших групповые экскурсии, несколько менялись, но он сохранился в общих чертах до 1917 г.

В 1910 г. услугами льготного железнодорожного тарифа воспользовались 15 барнаульских экскурсантов, которые под руководством В.И. Верещагина совершили поездку из Барнаула в Европейскую Россию, посетив Кавказ, Крым и Москву. Стихийно развивавшаяся экскурсионная работа в учебных заведениях России постепенно начала получать теоретическую базу. К концу 1900-х гг. в различных периодических изданиях стали

появляться все больше статей, в которых предпринимались попытки освещения вопросов теории экскурсоведения. Важной вехой в этом отношении явилась увидевшая свет в 1910 г. книга “Школьные экскурсии”, написанная группой преподавателей Петербургского лесного коммерческого училища под редакцией Б.Е. Райкова. В ней впервые были разработаны основные принципы экскурсионной методики и предложена система учебных экскурсий по всем предметам и для всех классов. Появление книги по теории экскурсионного дела в лесном училище не было случайностью. Именно оно в числе первых в Петербурге включило местные и дальние экскурсии в учебный процесс, как обязательную форму работы, тесно связанную с преподаванием различных предметов. В 1910-е гг. XX в. в России начали издаваться три специальных журнала, посвященных экскурсионному делу: “Экскурсионный вестник” в Москве, “Русский экскурсант” в Ярославле и “Школьные экскурсии, и школьный музей” в Бендерах в Бессарабской губернии. Если последний журнал полностью посвящался школьному экскурсоведению, то два других постоянно публиковали теоретические статьи по экскурсоведению, рассказы о совершенных экскурсиях, советы по организации экскурсий в школе, списки рекомендуемой литературы по экскурсионному делу и др. Журнал “Русский эмигрант” один из первых попытался классифицировать экскурсии для учащихся. Все они группировались в восемь типов:

1. Историко-археологические экскурсии. Они подразделялись на ознакомительные и исследовательские. Для учащихся наиболее важным считался второй вид экскурсий. Участвуя в них, школьники исследовали географические особенности местности, памятники старины, старинные книги, журналы, рукописи, гравюры, иконы, записывали предания, рассказы и песни местных жителей, описывали обряды и т.д. Собранные материалы предназначались для пополнения коллекций школьного музея.

2. Историко-литературные. Участники этих экскурсий посещали места, связанные с жизнью выдающихся писателей, поэтов, ученых, художников, государственных и общественных деятелей. Большое значение при проведении данного типа экскурсий придавалось встречам с современниками знаменитых людей.

3. Естественноисторические. Данные экскурсии имели целью познакомить школьников с природой той местности, в которой они живут. Особое внимание в них обращалось на сбор разливных коллекций: ботанических, зоологических и геологических.

4. Экскурсии на фабрики и заводы чаще всего проводились для учащихся старших классов. Цель их была определена как профориентационная.

5. Художественно-географические и этнографические экскурсии объединили три различных вида экскурсий: художественные, географические и этнографические. Каждый вид в отдельности считался малодоступным для школьников, поэтому при разработке классификации их объединили в один тип.

6. Экскурсии трудовой помощи возникли в период Первой мировой войны и представляли собой поездку групп учащихся в деревню для помощи в сельскохозяйственных работах тем крестьянским семьям, которые из-за войны остались без рабочих рук.

7. Выделение общеобразовательных и бытовых экскурсий было связано с тем, что городские школьники совершенно не знали деревню, а сельским школьникам столь же мало было известно о городе. Это и определило появление самостоятельных экскурсий по знакомству с жизнью села городских школьников и города – сельских. Горожанам показывали поля, крестьянский труд и быт, природу, деревенским детям – вокзалы, поезда, улицы с трамваями, общественные здания, заводы, фабрики и т.д. В течение учебного года побывавшим на экскурсии поручалось сделать доклады об увиденном.

8. Экскурсии отдыха и развлечений представляли собой коллективный отдых класса или всей школы на природе.

Приведенная экскурсионная классификация – это первый опыт анализа всего разнообразия экскурсий, проводимых в России с учащимися. Война, начавшаяся в 1914 г., отразилась на географии школьных экскурсий и путешествий. Резко сократилось количество дальних экскурсий, но продолжали развиваться экскурсии по территории своих губерний. В

июне 1915 г. через Барнаул в Бийск на пароходе «Любимец» проследовала экскурсия студентов Томского университета. Студенты вооруженные фотографическими аппаратами намеревались собрать в предгорных и горных районах Алтая географические и ботанические коллекции.

29 августа 1915 г. учащимися 1-го Барнаульского мужского высшего начального училища была организована ученическая экскурсия на опытное поле сельскохозяйственного училища. В экскурсии приняли участие более 70 учеников старших классов барнаульских училищ. Экскурсанты осмотрели опытное поле под руководством инструктора пчеловодства И.И. Лаптева. Были показаны медоносные травы, огородная клубника-виктория и способы ее разведения. После осмотра огородных растений экскурсантам был показан питомник плодовых деревьев.

29–30 августа 1915 г. состоялась экскурсия учеников Барнаульской мужской гимназии на «Борзову заимку». В экскурсии принимали участие 45 гимназистов первых 4-х классов в сопровождении преподавателей гимназии: Н.В. Лавровского, Н.Ф. Шубкина и М.С. Киселева. Экскурсанты познакомились с природой окрестностей Барнаула, попутно занимаясь ловлей рыбы и сбором грибов.

С 1915–1917 гг. при пересмотре учебных планов и программ была подписана новая программа для высших начальных школ, в которой указывалось, что для каждого класса должны быть разработаны план и программа экскурсий, которые следовало бы проводить в учебные часы. Таким образом, в школах России к 1916 г. экскурсии, связанные с учебным материалом, были признаны равноправными среди других методов обучения. Серьезным препятствием при организации экскурсий со школьниками являлось отсутствие экскурсионных навыков у учителей. Понимая, что слабое знание теории экскурсионного дела мешает качественному проведению экскурсий, различные общества и учреждения, занимавшиеся их развитием, начали открывать курсы подготовки руководителей экскурсий. В начале XX в. еще не разрабатывались методические приемы экскурсий, не анализировались особенности показа и рассказа, требования к экскурсионному рассказу, в то время главным было познакомить экскурсантов с уникальными природными и историческими памятниками, сообщить при этом определенную информацию, полнота которой зависела от знаний экскурсовода. С развитием экскурсионного дела рос и интерес к освоению методов экскурсионной работы. Однако отсутствие единого методического экскурсионного центра в России не позволило создать какой-либо системы подготовки руководителей ученических экскурсий. Советы по организации и проведению экскурсий можно было почерпнуть из журналов, выходивших в различных губерниях России. Но все эти литературные источники не могли полностью заменить специальной учебы под руководством опытных теоретиков и практиков экскурсионного дела, поэтому немногочисленные курсы по подготовке руководителей экскурсий, организуемые в различных городах, вызывали большой интерес учительской среды. Курсы были платными. В их программу входили лекции и экскурсии. Ботанический, зоологический, гидробиологический, геолого-географический интерес, проявленный учителями к курсам по подготовке руководителей естественноисторическими экскурсиями с детьми, свидетельствовал о прочных позициях, какие завоевало экскурсионное дело к середине 1910-х гг. XX в. в школах России.

Список литературы:

1. Алтайская газета 1910 г. 3, 28 ноября
2. Жизнь Алтая 1915 г. 21 июня, 1, 2 сентября
3. Долженко Г.П. История туризма в дореволюционной России и СССР. – Р.-н.-Д., 1988

г.

«Расскажи-ка мне дружок, что такое Манжерок?» Именно так в далекие 60-е пела звезда советской эстрады Эдита Пьеха. Именно с этих строчек начинается история озера Манжерок.

В конце 80-х места близ озера и села Манжерок заинтересовали Правительство Советского Союза. Они были выбраны для проведения зимней Спартакиады народов СССР – но проект не был осуществлен. И вот, спустя 20 лет, в Манжероке появится горнолыжный курорт, соединяющий традиции европейского курортного строительства и уникальную природу Алтая, а также имеющий все шансы стать центром притяжения для туристов со всей России.

Таким образом, целью нашей работы было исследование современного состояния и перспектив дальнейшего развития горнолыжного курорта «Манжерок».

В процессе проведения исследования решались следующие задачи: изучить перспективы проекта создания горнолыжного курорта «Манжерок» и проанализировать тенденции развития горнолыжного курорта «Манжерок».

Горнолыжный курорт «Манжерок» располагается на горе Малая Синюха в районе с. Манжерок.

Эта гора всегда чаровала сельских жителей и приезжих своим голубым цветом. Многие приезжие не могли понять, почему она именно голубого цвета. Но старожилы объясняют, что это прослойка ионизированного воздуха, которая образуется вокруг хвойных деревьев. Это настолько мощный ионизатор, что у приезжих гостей даже иногда кружится голова, когда они начинают вдыхать свежий горный воздух.

Гора Малая Синюха обладает достаточной протяженностью горнолыжных трасс, имеет различные виды спусков и будет интересна как профессионалам, так и новичкам. С древних времен гора являлась мощным источником энергии, люди приезжали в с. Манжерок специально получить заряд бодрости [1].

На сегодняшний момент горнолыжный курорт «Манжерок» - это уникальный проект по созданию всесезонного горнолыжного комплекса в живописной и экологически чистой зоне Горного Алтая. Комплекс располагается на территории площадью 36,5 га непосредственно у Манжерокского озера в 2-х км от села Манжерок, на расстоянии 40 км от Горно-Алтайска, 15 км от туркомплекса «Алтайская долина» и в 7 км от действующего туркомплекса «Бирюзовая Катунь», входящей в особую экономическую зону туристско-рекреационного типа на территории Алтайского края.

По окончании строительства это будет самый большой в регионе горнолыжный комплекс с 32 трассами с перепадом высот до 820 м, длиной до 4 км и общей протяженностью в 61,350 км, 15 подъемниками и гостиничным городком на 4,5 тысячи человек. Кроме того, здесь появятся гостинично-котеджный и спортивно-оздоровительный центры, а также пляжная зона на берегу озера (общая вместимость – 12 тыс. человек). На горнолыжных склонах одновременно может находиться до 5 тыс. человек. Кататься можно будет с октября по май. После ввода всех объектов курорт сможет принимать до 400 тыс. туристов в год [2].

Это первый курортный проект подобного уровня, реализуемый в России. Кроме того, решением Правительства РФ от 17 января 2007 года участку под строительство горнолыжного комплекса «Манжерок» присвоен статус Особой Экономической Зоны.

Одной из главных преимуществ курорта – это транспортная доступность: курорт расположен рядом с федеральной трассой М-52 («Чуйский тракт»). Кроме того, в ближайшем будущем завершится реконструкция аэропорта «Горно-Алтайск», после чего он станет аэропортом 2-го класса и сможет принимать среднемагистральные пассажирские самолеты.

Разработчиком проекта «Манжерок» является ЗАО «Инвестиционно-финансовая корпорация «Алемар»». Общий объем частных инвестиций оценивается в 10 млрд. рублей.

Сам проект реализуется в три этапа, сроки реализации первого этапа – 2007-2009 гг. Объем инвестиций на реализацию первого этапа проекта составил 2,5 млрд. рублей.

В апреле 2009 г. планируется запустить ряд объектов первой очереди, само строительство было начато в 2007 году. Ожидается, что начнут работать 2 горнолыжные трассы, 3 подъемника, сервисный центр, гостиничный комплекс на 240 мест (1-3 звезды), ресторан на вершине горы и пункт проката [2].

По словам представителей проекта, основными принципами проекта стали его всесезонность, демократичность, направленность на сохранение окружающей среды. Комплекс предполагается как центр с максимальным качеством видов отдыха и развлечений, возможностью организации на его базе различного вида соревнований, в том числе международного уровня. Отличительной особенностью проекта является использование современных технологий, развитие интереса к природе, культуре Горного Алтая.

В заключении, хотелось бы отметить, что этот уголок нетронутой природы входит в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, а Республика Алтай является единственным в России краем, на территории которого можно пройти туристический маршрут любого уровня сложности. Автор проекта гостиничного комплекса «Манжерок», югославский архитектор Миодраг Цвиич, на счету которого более 40 высококлассных отелей по всему миру, считает, что этот проект будет иметь успех и у европейских туристов: «Самое главное, нам удалось не нарушить красоту природы. Весь гостиничный городок органично вписывается в уникальный рельеф Горного Алтая. Тем, кто увидит, как прекрасен Алтай, захочется возвращаться сюда снова и снова» [3].

Но в сегодняшних условиях финансового экономического кризиса необходимо учитывать, что проект сильно закредитован. Что это означает – всем очевидно. Будем надеяться, что, несмотря на проблемы горнолыжный курорт «Манжерок» все же будет запущен – это важно для успешного развития региона.

Список литературы:

1. Панин Е.Л., Бовтун В.С. История курортного дела в России и за рубежом.-Барнаул: изд-во АлтГТУ, 2003 - 143 с.
2. <http://www.tours.ru>
3. <http://www.otpusk.ru>

РЕКРЕАЦИОННЫЕ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

Скоркина Н.С. – студент, Катрушенко А.Е. – ассистент каф. СиТ
Алтайский государственный технический университет (г.Барнаул)

Иркутская область обладает достаточно высоким потенциалом рекреационных культурно-исторических ресурсов. Это один из немаловажных факторов туристской привлекательности области.

В пределах Иркутской области археологами было найдено несколько стоянок древнего человека. Самые знаменитые из них: Приангарское, Глазковское, Мальтийское захоронения. Известно, что "человек разумный" проживал в Приангарье 25-30 тыс. лет назад. Об этом свидетельствуют найденные археологами (на Мальтийской и других стоянках) остатки жилищ древнекаменного человека, предметы его культуры и быта. Самостоятельную эпоху в истории человечества отражает Глазковское захоронение, находящееся в черте Иркутска. Культурно-историческую ценность и туристскую привлекательность имеют Ленские писаницы и другие наскальные рисунки.

Всего в пределах Иркутской области расположено около 2 тыс. объектов экскурсионно-познавательного и культурно-исторического значения. Наиболее известные из них памятник Александру III (возведенный в честь строительства Транссибирской железнодорожной магистрали), Спасская церковь, Богоявленский собор, Польский костел (в нем открыт орган зал Иркутской филармонии), старейший в Сибири драматический театр, историко-мемориальный музей декабристов, архитектурно-этнографический музей "Тальцы", музей-усадьба Сукачева и многие другие.

Большой популярностью пользуется архитектурно-этнографический музей "Тальцы", расположенный на берегу Иркутского водохранилища на 47-м км тракта Иркутск - Листвянка. Здесь под открытым небом собраны экспонаты деревянного зодчества. Посетители могут познакомиться с историей хозяйственного освоения края, с культурой и бытом народов Прибайкалья и Приленья в 18-20 вв. Музей осуществляет круглогодичное обслуживание туристов и экскурсантов, проводит традиционные русские праздники (Святки, Масленицу, Троицу) и другие массовые мероприятия. Работает Тальцинский сувенирный промысел, трактир с блюдами русской кухни, зимние и летние аттракционы (горка, качели и др.). В перспективе в составе музея возможно воссоздание закрытого в период образования Иркутского водохранилища Тальцинского стекольного завода, старейшего предприятия Сибири, основанного учеником Ломоносова.

К объектам культурно-исторического наследия мирового значения следует отнести старый участок Кругобайкальской железной дороги памятник железнодорожного строительства в Сибири на рубеже 19-20 вв.

Всего в Иркутской области можно назвать около 700 значимых исторических памятников и объектов древнего и нового времени. Все они представляют своеобразный ресурс для развития культурно-познавательных видов туризма.

Конечно же гостей области не оставит равнодушными встреча со столицей Приангарья Иркутском. Это исторический и культурный центр Восточной Сибири, которому скоро исполнится 350 лет. Он удобно расположен на середине пути между Москвой и Владивостоком, недалеко от Байкала, что делает его очень привлекательным для туристов. Иркутск был включен в 1970 г. в список исторических городов России.

В городе сосредоточено примерно две трети всех памятников истории, культуры и архитектуры Иркутской области. На его улицах сохранились старинные деревянные дома, построенные без единого гвоздя. Открыты для посещения храмы, возведенные в 18-19 вв., такие как Крестовоздвиженская, Преображенская и Казанская церкви, Знаменский монастырь, выполненный в стиле сибирского барокко, Польский костел и др. С жизнью декабристов в Сибири можно познакомиться, посетив историко-мемориальный комплекс "Декабристы в Иркутске", основой которого стали дома Волконских и Трубецких.

Всего на территории области расположено 1,5 тыс. историко-культурных памятников, включая 36 памятников федерального значения. Практически в каждом муниципальном образовании имеются интересные историко-культурные и архитектурные объекты. Наибольшее их число на единицу площади приходится на Иркутск.

Недалеко от Иркутска, у истока Ангары, расположен Байкальский музей Сибирского отделения Российской академии наук, а на противоположном берегу начинается старый участок Кругобайкальской железной дороги, также являющейся историко-культурным и природно-техническим памятником железнодорожного строительства в Сибири. От порта Байкал железная дорога идет в Слюдянку, где находится очень интересный частный Минералогический музей. В г. Ангарске действует уникальный Музей старинных часов. Имеется множество других не менее интересных объектов.

Все вышеперечисленные памятники истории и культуры позволяют отнести Иркутскую область действительно к одному из крупнейших культурно-исторических районов России. Многие районы Иркутской области не оставят равнодушными туристов, занимающихся познавательным туризмом.

Список литературы:

1. Винокуров М.А., Суходолов А.П. Экономика Иркутской области: В 4 т. - Иркутск: Изд-во: БГУПЭ, 1998. Т. 1. - 203 с.
2. "Туризм и отдых в Байкало-Монгольской Азии", 2008 год, 1 Туристские ресурсы Иркутской области
3. www.irktour.ru,
4. www.irkvizeit.ru
5. <http://www.pribaikal.ru/>

БЕЗОПАСНОСТЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ АВИАПЕРЕВОЗОК В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Сорокина Ю.В. - студентка, Колупанова И.А., к.и.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Индустрия туризма неразрывно связана с деятельностью гражданской авиации. По данным ВТО, в зависимости от региона порядка 50-60% от общего объема туристских перевозок осуществляется воздушным транспортом.

С каждым годом во всем мире наблюдается увеличение числа авиаперевозок. Это связано, во-первых, с высокой скоростью доставки авиапассажиров, во-вторых, с высоким уровнем сервиса и комфортности, в –третьих, с постоянным расширением и увеличением участников рынка авиаперевозок.

На первый взгляд, безопасность воздушных перевозок в современном мире находится на должном уровне. По официальным данным, число аварий составляет в среднем 1,5 на миллион взлетов и посадок воздушных судов. Однако в действительности ситуация не так уж оптимистична, пишет сегодня французская газета *Le Monde*. Так, за последние десятилетия среднее число аварий не уменьшалось, а, скорее, оставалось на прежнем уровне. В то же время сравнение рисков путешествия на самолете и вождения автомобиля, весьма распространенное в определенных кругах, не выдерживает критики: необходимо учитывать, что автомобилем управляют любители, а воздушные суда пилотируют профессионалы [4].

Внедрение международных стандартов безопасности авиаперевозок является одной из наиболее актуальных задач, стоящих перед российскими авиакомпаниями.

Проблема обеспечения безопасности полетов как сдерживающий фактор развития гражданской авиации регулярно поднимается на всех уровнях управления авиационной отраслью, начиная от собрания акционеров авиакомпаний и заканчивая обсуждением вопроса в высших органах государственной власти и советах международных организаций.

Наиболее значимыми международными организациями гражданской авиации, определяющими большинство правил, процедур, рекомендаций и методических материалов по стратегическим направлениям развития международной гражданской авиации, являются ИКАО и IATA. Каждая из них имеет многолетний опыт деятельности.

Сегодня IATA насчитывает 2230 членов более чем 130 стран мира. Данные организации совместно с ООН и ВТО (Всемирная Туристическая Организация) решают вопросы совершенствования туристических перевозок авиационным транспортом и их организация [3].

В рамках Европейского экономического сообщества (ЕЭС) вопросами совершенствования перевозок занимается постоянно действующая конференция министров транспорта и комиссия по вопросам транспорта.

Как свидетельствуют результаты парламентского расследования, проведенного во Франции после авиакатастрофы в египетском Шарм-эль-Шейхе в январе 2004г., когда погибли около 140 человек, в системе пассажирских воздушных перевозок отсутствует "культура безопасности", соответствующая реалиям современного глобализованного мира. Сейчас множество дипломатических и политических барьеров препятствуют тому, чтобы все

воздушные суда соответствовали единым нормам, установленным Международной организацией гражданской авиации (ИКАО). Основная проблема заключается в том, что часть государств - около тридцати - по различным причинам разрешает авиакомпаниям фраговать самолеты, не прошедшие необходимого контроля экспертами ИКАО. При этом большинство аварий происходит с самолетами тех авиакомпаний, которые не соблюдают необходимых норм, отмечает издание. И хотя Европа ввела собственный контроль воздушных судов, этих мер оказывается явно недостаточно.

Согласно планируемым требованиям, авиакомпании должны предоставлять европейским службам безопасности личные данные всех пассажиров, находящихся на территории Евросоюза - имена, даты и маршруты перелетов, сведения об оплате авиабилетов, содержимом багажа, номера паспортов и кредитных карт и пр. - за 24 часа до вылета и по прилете.

Эту информацию будут изучать специально созданные аналитические отделы - в том государстве ЕС, где приземлится самолет. Особенно тщательно планируется проверять пассажиров на предмет их возможной связи с террористическими организациями.

В начале этого года Межгосударственный авиационный комитет опубликовал свою статистику по катастрофам в России. За 2006 год в нашей стране было зафиксировано 13 авиационных происшествий, в том числе десять авиакатастроф, жертвами которых стали в общей сложности 318 человек. Только страшные аварии самолетов компаний "Сибирь" и "Пулковские авиалинии" унесли жизнь 294 пассажиров и пилотов. До этого самым черным в истории отечественной авиации считался 2000 год, когда в катастрофах погибли 218 человек. За последние десять лет 2006 год стал самым неудачным для российской авиации. По мнению независимого эксперта, все катастрофы можно было бы предотвратить, если бы российские компании уделяли больше внимания не прибыли, а собственной технике и работника.

подавляющее большинство россиян в свете недавних авиакатастроф считает авиацию самым опасным видом транспорта. Между тем это далеко не так. Согласно результатам анализа 568 авиационных происшествий, произошедших в США с 1983 по 2000 годы, погибшие составляют лишь 5% от общего числа пассажиров, находящихся на борту. Согласно этой статистике, из 53 487 человек, попавших в авиакатастрофы, 51 207 остались в живых. В результате более подробного изучения 26 серьезных аварий, сопровождавшихся сильными ударами лайнеров о землю, их разламыванием на части и пожарами, выяснилось, что спаслось в этих катастрофах примерно 50% людей, находившихся на борту [3]. Профессор университета в Гринвиче Эд Галеа проанализировал более двух тысяч авиационных происшествий по всему миру и составил подробную базу данных о людях, которым удалось спастись в таких сложных условиях. Как оказалось, они все поступали одинаково и выполняли всего несколько правил, которые и позволили им выжить. По статистике, именно после приземления ввиду неправильных действий людей и происходит их гибель. Другим серьезным фактором является пожар на борту и, что еще опаснее, - угарный газ. Немаловажной ситуацией является и посадка на воду, когда пассажиры не могут правильно надеть спасательный жилет.

Немаловажным фактором является и выбор авиакомпании. Многие компании приобретают старые лайнеры и пытаются выжать из них все, несмотря на отвратительное техническое состояние самолетов.

Именно поэтому лучше всего пользоваться услугами крупных, проверенных авиакомпаний. При подготовке к полету хорошо также учитывать и тип самолета. Эксперты рекомендуют пользоваться большими четырехдвигательными лайнерами. Это Ил-62, Ил-86, Ил-96 или американский Boeing 747. В случае каких-либо неполадок с двигателями шансов на успешное завершение полета у них много больше. В случае нештатной ситуации самолет может лететь на трех или даже на двух двигателях. Двухмоторные лайнеры в случае неполадок продолжать полет уже не могут.

Стремительный рост пассажиропотока, бурное развитие регионального рынка авиаперевозок заставляют смотреть вперед, делать в настоящем шаги, которые в будущем позволят быть на голову выше своих конкурентов. Не исключено, что в скором времени стандарты IOSA будут приняты за основу национальной системы сертификации безопасности эксплуатационной деятельности авиакомпаний. Кроме того, сертификат IOSA является пропуском в международные альянсы крупнейших авиакомпаний мира: IATA и SkyTeam. Признание безопасности работы на международном уровне гарантирует совершенно иной статус авиаперевозчика, как на внутреннем рынке, так и на рынке международных авиаперевозок.

Список литературы:

1. СЕМТ/СМ(2002)18/FINAL, Европейская конференция министров транспорта 6 июня 2002 года. Безопасность на транспорте и терроризм. Резюме и Декларация//TRANSPORT SECURITY AND TERRORISM. Summary note and Declaration.
2. Организация Объединенных Наций: основные факты — М.: Издательство «Весь Мир», 2005
3. <http://www.iata.com>
4. <http://www.regions.ru/>
5. <http://www.travel.ru/>
6. <http://www.vorst.livejournal.com/>
7. <http://www.utro.ru>

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ДОМОВЕДЕНИЯ

Старкова Е.И. - студентка, С.А. Гокк, к.п.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

«Всякое богатство проистекает из добродетели»

Сократ

Сегодня в деловом мире прочно закрепилось понятие «социальная ответственность», означающее реализацию не только экономических интересов и целей организации, но и учет социальных последствий воздействия деловой активности на собственный персонал, потребителей и другие организации, совместно с которыми осуществляется та или иная деятельность.

Данное понятие в мировой практике появилось относительно недавно – около 20 лет назад и впервые было употреблено в США и Великобритании. Компании этих стран пришли к необходимости объединить элементы корпоративной политики, связанные со взаимоотношениями компании с внешней средой, и выработать целостные подходы к взаимодействию с обществом.

В нашей же стране только в 2003 году В.В. Путин, ставя перед собой цель победить бедность в стране, ввел в обиход понятие «социальная ответственность бизнеса», однако, серьезно заговорили об этом лишь по прошествии двух лет, когда между российскими предпринимателями и различными общественными организациями был подписан соответствующий Меморандум. К настоящему времени в России тема социальной ответственности бизнеса находится на пике популярности. В специальной литературе достаточно подробно рассмотрены теоретические основы, обозначены подходы к определению, области реализации, специфика формирования социальной ответственности. В самых общих чертах социальная ответственность бизнеса подразумевает определенный уровень развития предприятия и добровольный отклик на социальные проблемы общества.

Подобная трактовка, на наш взгляд, в полной мере подтверждает социальную ответственность домоведения как профессиональной сервисной деятельности, смысл которой заключается в выработке и предоставлении населению разнообразных услуг по благоустройству дома и окружающей среды; направленных на создание и поддержание благоприятных условий жизни, труда, быта, уюта и организованного досуга; по укреплению здоровья, физического и духовного развития; формированию благожелательных межличностных отношений; внедрению современного стиля и образа жизни; а также созданию условий по защите интересов и прав членов семьи и индивидуумов окружающего социума.

В этой связи основными принципами социальной ответственности Домоведения, на наш взгляд, выступают следующие:

1. **Социальная ответственность перед потребителем.** Заключается в справедливом ценообразовании, качестве товаров и услуг, заботе о здоровье и безопасности членов семьи и индивидуумов социума, в добросовестной конкуренции и рекламе, соблюдении этических норм деятельности. Таким образом, основной целью и принципом деятельности менеджеров домоведения является создание безопасной, эргономичной, эстетически комфортной и психологически благоприятной атмосферы в Доме при помощи использования современных высокоэффективных методик, новых технологий в соответствии с потребностями и пожеланиями потребителей услуг.

2. **Социальная ответственность в отношении персонала работников.** Здесь подразумевается: социальная защита работников предприятий (трудовые права и достойное вознаграждение за труд, охрана труда, безопасность и здоровье на рабочем месте, развитие и поддержка персонала), соблюдение прав человека (соблюдение законом установленных прав работника и гражданина на рабочем месте, любых прав человека, имеющих отношение к деятельности организации), создание обучающей системы для работников предприятия, профессиональный и карьерный рост, создание мотивирующей модели оплаты труда и различных поощрений (например, поощрение трудолюбивых и добросовестных работников путевками к морю и так далее), ориентация на сохранение духовных ценностей и традиций корпоративной культуры, организации досуга, куда входит, например, открытие спортивных залов, где могут укрепить здоровье свои же работники и члены их семей.

Ведущие компании развитых стран с большим вниманием относятся к соблюдению данного принципа, поскольку его соблюдение обеспечивает комфортные условия для высокой производительности рабочих, что в свою очередь увеличивает активы компании. Например, в научной организации США РЭНД корпорейшн ученым созданы все мыслимые условия для творчества и жизни (бассейн, баня, кафе, спортивный зал и многие другие блага, которыми ученые могут пользоваться в течении всего дня), что создает очень высокую отдачу организации.

3. **Социальная ответственность во взаимоотношениях с бизнес-партнерами.** Заключается в добросовестном соблюдении условий договора, в добросовестной конкуренции и рекламе и пр.

4. **Экологическая социальная ответственность.** Термин **экология** обозначает науку о взаимно-выгодном отношении окружающей среды, живых организмов и человека. В Домоведении соблюдение принципа эргономической социальной ответственности базируется на обеспечении экологии Дома. Понятие «экология Дома» включает в себя следующие основные направления:

- Экологию межличностных отношений. Подразумевает создание и поддержание благоприятного *психологического* микроклимата в различных системах.

- Экологию природной среды – создание благоприятных безопасных климатических условий в окружающей среде (создание и поддержание оптимального температурного, звукового, шумового режима, уровня влажности, давления, скорости движения воздуха, состава воздуха и др.).

- Визуальную и видеоэкологию. Термин «видеоэкология» обозначает область знаний о взаимоотношении человека с окружающей его видимой средой. На этом этапе для специалистов в области Домоведения стоит задача создания *эстетически-комфортного* для человека микроклимата среды обитания.

- Эргоэкологию. Основная цель – создание *эргономичных* безопасных комфортных условий, повышающих эффективность и качество деятельности человека и других систем.

Основная цель менеджеров домоведения является комплексный учет особенностей всех вышеперечисленных направлений при разработке и внедрении методов, технологий решения проблем как текущих, так и перспективных в различных системах (в доме, семье, коллективе организации, в обществе, государстве и во всей природной среде в целом).

5. Социальная ответственность домоведения перед обществом и государством в целом. В настоящее время идея Дома, обеспечивающего его преемственность для будущих поколений, находится под угрозой. Об этом свидетельствуют тревожные сдвиги в гендерной психологии, изменение семейно-брачной идеологии, которая проявляется в снижении прочности брачно-семейных отношений и иллюстрируется статистикой разводов и ростом напряженности между родителями и детьми, падение рождаемости, рост количества неполных семей, ослабление роли семьи в социализации молодого поколения и др. Это порождает психологическую нестабильность в обществе, ведет к росту различных заболеваний и росту преступности. В результате развитие общества и государства затормаживается. На наш взгляд, все это – следствие потери современниками, особенно молодежью, правильного понимания миссии Дома, отсутствия знаний о созидании и творчестве своего дома, а значит своего счастья. Домоведение – деятельность, направленная на решение этих проблем, на укрепление основ Дома, семьи, а значит общества и государства в целом.

Таким образом, социальная ответственность перед обществом и государством заключается не просто в соблюдении всех правил, норм и законов РФ, но и в способствованию укреплению основ общества и государства.

6. Социальная ответственность перед будущим поколением. Подразумевает создание плацдарма для сохранения и развития будущего здорового поколения. Только в условиях создания преемственного семейно-родового, «вечного» Дома будет возможность здоровой и интеллектуально-полноценной жизни, где люди смогут полноценно жить, а не проживать.

Таким образом, социальная ответственность Домоведения - это *добровольная, осознанная, постоянная* деятельность, основанная на принятии и соблюдении нравственных, этических, духовных норм и принципов, с целью укрепления статуса Дома, семьи, а значит, и государства в целом. С одной стороны, соблюдение принципов социальной ответственности специалистами в области домоведения окажет социально ценный результат, с другой – повысит имидж деятельности самой сервисной организации, повысит инвестиционную привлекательность, приведет к укреплению позиций на рынке услуг.

РАЗВИТИЕ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ВЕЛИКОГО УСТЮГА)

Тихонова В.В. - студент, Тяпкина О.А. - к.и.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Нарастающая популярность событийного туризма объясняется тем, что он содержит в себе все достоинства традиционного туризма, добавляя свою изюминку, предоставляя уникальную возможность стать не только свидетелем, но и участником ярких культурных событий посещаемого региона, побывать там не просто в качестве туриста, но увидеть всё «изнутри», проникнуться своеобразной культурой, став как бы одним из местных жителей.

Для событийного туризма характерно создание атмосферы праздника, погружение в мир приключений. Во многом именно этим обуславливается интерес к развитию данного вида туризма у тех, кто предоставляет подобные услуги, и у тех, кто является их потребителем. К тому же, событийный туризм – это один из способов привлечения внимания не только к уже известным туристским центрам, но и потенциальным местностям с уникальными природными и историко-культурными ресурсами. Такими, в частности, являются многие малые города России.

Ярким примером использования богатого природно-культурного потенциала старинного малого российского города стало реализация масштабного межрегионального проекта под названием «Великий Устюг – родина Деда Мороза», который стартовал в 1998 г. по инициативе мэра Москвы Ю. Лужкова и администрации Вологодской области [1]. Вполне логично, что родиной русского Деда Мороза был выбран именно Великий Устюг – древний северный город с богатой историей и по-волшебному морозным климатом. В основу проекта была положена идея приобщения юного поколения к истокам духовности своего народа, к его традициям, идущим из глубины веков, через соприкосновение с образом Деда Мороза, олицетворяющим добро, счастье, надежду, веру в будущее.

Основополагающим моментом является то, что Дед Мороз – истинно русский персонаж в отличие от Санта-Клауса, образ которого активно тиражируется в качестве главного новогоднего персонажа в российских масс – медиа. Однако он довольно нелепо смотрится условиях русской зимы в своем колпаке и лёгкой куртке, не говоря уже о его «чужеземном» происхождении. Дед Мороз же существовал ещё со времён язычества. История свидетельствует о том, что Дед Мороз изначально был злым и жестоким языческим божеством – Великим Старцем Севера, повелителем ледяного холода и пурги, морозившим людей. Поначалу этот сказочный персонаж собирал жертвоприношения – воровал детей и уносил их в мешке. Однако со временем, под влиянием православных традиций, Дед Мороз приобрёл абсолютно противоположные черты: воплотился в доброго волшебника и стал одаривать детей чудесными подарками. Связь Деда Мороза с язычеством лишний раз доказывает, что он является частью русской культурной традиции.

Проект «Великий Устюг – родина Деда Мороза» призван показать, что сказка живёт рядом с нами. Материальным воплощением данного проекта стало развитие необходимой инфраструктуры для комфортабельного отдыха туристов: строятся гостиницы, торговые комплексы, рестораны, кафе, дороги, ведётся строительство национального парка развлечений «Двенадцать месяцев в Вотчине Деда Мороза». Этот развлекательный центр будет включать в себя целый комплекс услуг: пункты питания, проката маскарадного и спортивного инвентаря, разнообразные аттракционы и игровые комплексы, сказочные тропы. Акционерное общество «Дед Мороз» разрабатывает и реализует зимние туристские программы «Сказочное путешествие к Деду Морозу», «Новый год на родине Деда Мороза», «Каникулы в царстве Деда Мороза» [2]. В Великом Устюге даже находится специализированное почтовое отделение, в котором работники ведут всю переписку Деда Мороза. Все прибывающие в Великий Устюг имеют возможность отправить праздничные открытки и письма друзьям и родственникам со специальным штемпелем, печатью и автографом главного новогоднего персонажа. Также можно воспользоваться услугой заказа подарков от сказочного Деда и получить их по почте.

Вотчина Деда Мороза находится в 15 км от Великого Устюга, на берегу реки Сухоны в живописном сосновом бору. На ее территории расположен его дом, гостиница и комфортабельные коттеджи оригинальной деревянной постройки, кафе, торговые лавки, бар-ресторан, досуговый корпус с сауной, бассейном, каминным залом, бильярдом. Для отдыха имеется весь необходимый инвентарь: лыжи, санки, лодки, удочки, надувные матрасы. Здесь можно покататься на санях, поводить хоровод вокруг ёлки, принять участие в многочисленных конкурсах.

Помимо этого в Великом Устюге действует горнолыжная трасса. По рекомендуемой Федеральным агентством по туризму системе классификации горнолыжных трасс, данную

трассу относят к двум категориям сложности: «зелёная» – для начинающих, «синяя» – низкой степени сложности. Особенность устюжанской трассы в том, что подъём лыжников к началу спуска осуществляется не по канатной дороге, а снегоходами. Снегоход соединяется с лыжником капроновым фалом и, поднимаясь вверх, лыжники могут продолжать оттачивать своё мастерство [3].

Развитие событийного туризма, приходящегося на зимний сезон, способствует развитию различных видов отдыха и в другие времена года. Так, для приверженцев водного туризма есть специальное предложение: сплав вниз по течению северных рек. Также можно выбрать оздоровительно-познавательный отдых, например, конные прогулки и т. д.

Великий Устюг отличает атмосфера умиротворения, единения с природой, поскольку он является экологически чистым уголком России с удивительной природой, мягким климатом, чистейшими реками и воздухом и бескрайними боровыми лесами, окружающими город. В связи с этим большие перспективы здесь имеет развитие экологического туризма и, в частности, сельского как его разновидности. Для городского жителя будет весьма «экзотичным» отдых в настоящей русской деревне; пробуждение не от звона будильника, а от крика петухов, завтрак, приготовленный из продуктов «с грядки», а не купленных в супермаркете. При желании туристы могут поучаствовать в деревенской жизни: покормить, например, поросят, почистить лошадей, попробовать покосить травы.

Город также располагает ресурсами для развития культурно-познавательного туризма, т.к. в нем сохранились уникальные исторические памятники. Он был основан ростово-суздальскими князьями и затем включён Иваном IV в число опричных городов. До сегодняшних дней город украшают около 30 древних храмов. Среди них Церковь Вознесения (XVII в.), Сергея Радонежского (XVIII в.), Симеона Столпника (XVIII в.), храмы бывшего Спасо-Преображенского монастыря, ансамбли Михаило-Архангельского и Троице-Гледенского монастырей с уникальным резным иконостасом (XII в.) [4].

Ежегодно десятки тысяч детей и взрослых из всех регионов России приезжают на родину Деда Мороза. Как детям, так и взрослым необходимо ощущение сказки, а благодаря данному проекту у каждого человека появляется возможность побывать в реальной сказке, окунуться в её волшебную атмосферу.

Проект, реализуемый в Великом Устюге, ярко демонстрирует, что благородная идея и грамотное использование разнообразных туристских ресурсов небольшого города может способствовать не только развитию внутреннего туризма, но и возрождению интереса к национальным традициям.

Список литературы:

1. Портал Северо – Запада России [электронный ресурс] // <http://vologda.allnw.ru/velikyustug/moroz.html> AllNW.ru портал Северо-Запада России
2. Там же.
3. Официальный сайт Правительства Вологодской области [электронный ресурс] // www.vologda-oblast.ru
4. Великий Устюг // Свободная энциклопедия – Википедия [электронный ресурс] // <http://ru.wikipedia.org/wiki/>

КАК ОРГАНИЗОВАТЬ МАСТЕРСКУЮ ЮНОГО ХУДОЖНИКА.

Уафина В.Ю. - студентка, Леденева И.А. - доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Изобразительное творчество развивает в детях чувство прекрасного, широкий кругозор и способность свои впечатления и переживания перевоплощать в художественные образы. Увлечение искусством воспитывает в детях трудолюбие. Умения и навыки развивают

моторику рук и позволяют простые материалы перевоплощать в искусство. Благодаря изобразительной деятельности мир вокруг нас воспринимается по особому, помогает формированию духовной личности. Дети, занимающиеся изобразительным искусством, более развиты интеллектуально.

Образное мышление – характерная черта художников. Перевоплощению реальных объектов в образы и их изображению учит школа изобразительного искусства.

Оптимальные условия для занятия творчеством мало изменились со времен Леонардо Да-Винчи – холст, кисти, краски, естественный свет и гипертрофированные эмоции и чувства.

В современном обществе появилось много материалов, инструментов и оборудования. С учетом дизайнерских разработок возникают возможности по использованию их в интерьерах. Организация пространства «Юного художника» в типовой квартире опирается на исследования в области психологии, физиологии, эргономики, цветоведения и других наук.

В мастерской предполагаются занятия рисованием, лепкой, бумаго-пластикой, «лесной скульптурой» и другими видами деятельности. Необходимо учесть специфические особенности подобного рода занятий с использованием оборудования и приспособлений. При оформлении мастерской следует обратить особое внимание на цветовое решение, освещение, оборудование и его размещения в помещении.

Для «мастерской» Юного художника цветовое решение не должно быть ярким, теплым (Желтым, красным, оранжевым) т.к. при активной покраске стен, потолка и мебели появляются не желательные рефлексы, которые мешают воспринимать реальный цвет предметов. Возникает раздражение сетчатки глаза, быстрое утомление. Невозможно решить некоторые учебные задачи, например, трудно изобразить натюрморт в зеленоватых тонах в оранжевой комнате. Появляется пестрота активных рефлексов на предмете и неестественное изменение цвета. На основе практической работы в детских, средних и высших школах изобразительного искусства разработаны оптимальные стандарты цветового решения художественных мастерских. В основном это все холодные оттенки серого и бело-серого цвета (пол темно-серый, потолок белый, стены - бело-серого оттенка, оборудование – серого. Если помещение длинное, то торцевые стены окрашивают темнее, а боковые светлее, чтобы помещение расширить, по узкой стороне и сузить по длинной. Теплые тона не рекомендуют применять в интерьере, т.к. они мешают изучению теплохолодности.

Проблема освещенности помещения и натуры одна из главных задач, которая стоит перед художником.

В мастерской художника оптимальным считается верхнее или верхнее-боковое освещение. Освещение приблизительно должна быть равно 40-50 люксам. Не рекомендуют применять люминисцентные лампы только голубого оттенка. Необходимо совмещать голубой свет с так называемым «белым» светом люминисцентных ламп или смешивать с желтым светом ламп накаливания. При люминисцентном свете глаза быстро утомляются. Естественное освещение должно быть слева от художника, чтобы не загоразивать свет из окна. Для мастерской необходимо выбрать помещение с северной стороны, чтобы не было бликов и ярких пятен на полу и стенах, которые мешают воспринимать изображаемые предметы на листе. Если нет возможности расположить комнату «Юного художника», то рекомендуют на окнах повесить белые полупрозрачные шторы или закрыть окна прозрачной калькой. Предметы, их форму мы видим, благодаря отражению светового потока от поверхности. Даже от освещения плоской картины зависит ее восприятие (боковой свет скользит по поверхности и, отражаясь диффузно разбеливает цвета, прямой свет создает блики). Поэтому необходимо находить угол наклон. Для постановок используют переносной софит (лампы накаливания) закрытым с боков, чтобы свет не ослеплял. Софиты должны регулироваться по высоте и углу наклона. Искусственное освещение используют только в работе над рисунком. Акварелью пишут при естественном освещении.

В интерьере комнаты «Юного художника» необходимы: мольберт, натюрмортный столик, шкафы для хранения драпировок и предметов. Мольберт (стол, планшет) должен быть расположен таким образом, чтобы свет падал с левой стороны. Художник должен находиться от натюрморта на расстоянии 2-3 диагонали самого натюрморта, чтобы предметы воспринимались цельно, а не дробно. Мольберты изготавливаются главным образом из древесины твердых пород. Для комнаты «Юного художника» применяют ученический мольберт, который предназначен для рисования и представляет собой доску с полочкой-бортиком снизу для кистей и карандашей. Представляет собой полуоткрытую книжку с креплениями (шарнирами сверху и ножками снизу). Угол наклона регулируется зубчатым ограничителем. Размер доски 600x590, высота мольберта 1150 мм. При пологом, почти горизонтальном наклоне, мольберт предназначен для работы акварелью, чтобы краска не стекала вниз. Стулья лучше заменить табуретами. Один из них может быть использован для сидения, а другой для расположения красок, стаканчиков, кистей, карандашей. Для работы акварелью или гуашью можно применять планшет, который удобно располагать в горизонтальном положении на табуретке или столе. На планшет бумагу лучше натягивать, чтобы после высыхания она не коробилась. Можно использовать альбомы-блоки, проклеенные с трех сторон. Стеллаж (шкаф) – оборудовать полками для готовых произведений и книг по изобразительному искусству, для хранения предметов и драпировок. Часть шкафа оборудовать вертикальными рейками для разделения на ячейки, с целью расположения и хранения планшетов и папок с работами. Другую часть для коробок с материалами, используемых в декоративно-прикладном искусстве и полки для готовых произведений. Вдоль стен можно протянуть деревянные, горизонтальные рейки для крепления готовых работ на расстоянии 50-60 см. Шкаф предназначен также для хранения материалов и инструментов: бумага, карандаши, кисти, пастель, акварельные краски, гуашь, баночки для воды и т.д. Порядок размещения рабочего места «Юного художника» позволяет приучить ребенка к аккуратности и дисциплине.

Школьный возраст это начальный самый важный этап взросления и формирования человека как личности. А поэтому грамотно организованное рабочее пространство «Юного художника» поможет привить любовь к изобразительному и декоративно-прикладному искусству. Так или иначе, именно такую цель имеет любое художественное воспитание, и правильное интерьерное решение рабочего места «Юного художника» всегда поможет в решении этой сложной задачи.

ВЕЛОСИПЕДНЫЙ ТУРИЗМ: СПЕЦИФИКА И РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Шаталова Э.В. – студентка, Гокк С.А. – к.п.н., доцент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

В последние годы значительно возрос интерес населения к активным видам туризма, среди которых горный, конный, водный, спелео, парусный и другие. Особую популярность приобретает и велосипедный туризм. По оценке специалистов, данный вид на туристском рынке может стать достаточно перспективным, так как имеет ряд преимуществ перед другими видами туризма. Во-первых, для туриста такой вариант времяпрепровождения является комплексным, т.к. позволяет удовлетворить не только познавательную потребность, но и развить физическую форму. Во-вторых, велотуризм – самый простой, недорогой и эффективный способ путешествия. Веломаршруты, как правило, не требуют значительных денежных затрат, а также специальной подготовки. В-третьих, велотуризм – экологически чистый вид туризма, не наносящий вреда окружающей среде и не производящий шума. В-четвертых, с медицинской точки зрения езда на велосипеде – хороший тренинг вестибулярного аппарата, координирующего походку и равновесие, а также отличная аэробная нагрузка. В-пятых, велотуризм – это всесезонный вид туризма. В велопоходы можно ходить как летом, так и весной, осенью и даже зимой. В-шестых, для велосипедного

туризма нет недостижимых мест. Он отвечает таким параметрам как вездеходность и мобильность.

Можно с уверенностью прогнозировать устойчивые перспективы развития велотуризма и с точки зрения профессиональной деятельности. Проведенный нами в феврале-марте 2009 г. опрос руководителей турфирм г. Барнаула (всего было опрошено 15 руководителей) подтвердил наличие спроса у клиентов на велотуры и готовность туроператоров и турагентов к реализации подобных турпродуктов.

В целом, на сегодняшний день можно всерьез говорить о начавшейся тенденции выделения велотуризма в качестве нового самостоятельного направления деятельности туристских фирм. Кроме того, велотуризм, как и другие виды туризма, может стать коммерческой основой развития региона, будет способствовать повышению его престижа, раскрывая богатый потенциал Алтая.

Однако, несмотря на оптимистичные прогнозы, приходится констатировать, что до сих пор велотуризм в нашем регионе, как и в целом по стране, в большей степени остается неорганизованным, а потому нет официальной статистики по количеству путешествующих велотуристов, их половозрастной дифференциации, а также исчерпывающей информации о наиболее востребованных ими маршрутах. Все это – предмет будущих первоочередных исследований.

Необходимо отметить, что к настоящему времени имеется несколько определений велотуризма. Согласно одному из них, зафиксированному в туристском терминологическом словаре, велосипедный туризм – это квалификационные путешествия на велосипеде [1]. По определению, приведенному в Википедии (свободной энциклопедии), велосипедный туризм — это один из видов спортивного туризма, который заключается в прохождении на велосипеде маршрутов, содержащих общетуристические и специфические для велотуризма препятствия [2]. Определения, содержащиеся на некоторых туристских порталах и сайтах, трактуют велотуризм с точки зрения спортивного туризма как категорийные велопоходы, совершаемые группой велотуристов [3].

По нашему мнению, данные определения не совсем точно отражают суть велотуризма и значительно сужают его содержание. В этой связи нами предложено следующее компилятивное определение: «Велосипедный туризм – комплексный вид туризма, сочетающий в себе однодневные и многодневные, различные по сложности самостоятельные или организованные походы, слеты, экспедиции, прогулки и путешествия велотуристов, а также спортивные категорийные и некатегорийные велотуры по различной местности, преследующие разнообразные цели (осмотр достопримечательностей, поддержание физической формы, пребывание на свежем воздухе и др.)».

Классифицировать велотуризм можно по различным признакам. Так, например, по *продолжительности* велотуры могут быть однодневные и многодневные. По *сложности* бывают легкие велотуры, велотуры средней трудности, очень трудные и горные с использованием специальных горных велосипедов. По *форме* выделяют велопоголки, велопоходы, путешествия, слеты, экспедиции, соревнования. По *организациям, занимающимся проведением туров*, велотуры могут относиться к велотурам от туристских клубов или туристских секций, либо к велосипедным маршрутам от спортивных организаций.

Велосипедный клуб «ВелоПитер» предлагает свою неофициальную классификацию велотуризма [4]. В основу деления положены различные *стили велопоходов*: *цивилизированные походы*, предполагающие приобретение тура в агентстве с предоставлением ночлега в средствах размещения на маршруте. *Спортивный велотуризм* основан на шести категориях сложности, для каждой из которых определены минимальная протяженность и продолжительность маршрута. *Гонимый туризм* можно приравнять к велопробегу. В таком велопоходе туристы едут по шоссейным дорогам, преодолевая в течение дня большие расстояния, останавливаясь на ночлег в средствах размещения. *Экспедиционный туризм* – это чередование посещения интересных туристу мест (водопадов и монастырей, крепостей и

церквей и т.п.) с движением по хорошим дорогам и полному бездорожью. *Байкерский туризм* привлекателен для тех, кого интересует в первую очередь «техническая трасса». Туристы-байкеры двигаются по бездорожью с большой скоростью, любят останавливаться в гостиницах и путешествовать налегке. *Агрессивный туризм* предполагает максимально быстрый темп езды на велосипеде с целью проверки мощности своего велосипеда.

Организованный велосипедный туризм на Алтае начал развиваться совсем недавно, лишь 2-3 года назад [5-7]. Первопроходцем в разработке таких маршрутов стала туристская фирма «Алтайская Одиссея», которая в 2007 году предложила своим клиентам обзорное велосипедное путешествие по Алтаю под названием «Велоодиссея». Немного позже фирмой было разработано еще три велосипедных маршрута по Горному Алтаю: «Вдоль Нижней Катунки», «К Мультиным озерам», «Катунский вело-водный». Данные маршруты фирма реализует самостоятельно и через агентскую сеть. Основным агентом по продаже является фирма «Сибирь-Алтай». Тур «К Мультиным озерам» предлагает также турфирма «Охота».

Главным конкурентом турфирмы «Алтайская Одиссея» по разработке велосипедных маршрутов является представительство турфирмы «RussiaDiscovery» на Алтае – туристская фирма «RussiaDiscovery-Altai». Среди разработанных данной фирмой маршрутов: велосипедные туры «У каждого свой ритм», «Искусство маунтинбайка», комбинированный вело-водный маршрут «На встречу с водой». Можно отметить, что все перечисленные туры проходят практически по одной нитке маршрута. В качестве агентов маршруты «Искусство маунтинбайка» и «У каждого свой ритм» в 2008 году продавала барнаульская турфирма «Алтай-Турист».

В 2009 году фирма «Алтай-турист» предлагает своим клиентам два новых маршрута: велосипедный тур «Алтайскими тропами» и комбинированный «По Восточному Алтаю и Алтайскими тропами».

По одному собственному велосипедному маршруту предлагают фирмы «Кокс-Тревел» и «Автотур».

Так, «Кокс-Тревел» предлагает клиентам недельный велосипедный тур «Катунскими тропами», который предполагает осмотр долины Катунки, ее порогов Еландинского и Тельдекпень, а также наскальных рисунков в урочище Каянча, осмотр Куюского грота и долины реки Урсул. Основным агентом по продажам в г. Барнаул в 2008 году являлась фирма «Алтай-турист». В новом сезоне 2009 года данный тур также будет предлагать турфирма «Робинзон».

Туроператор «Автотур» в 2009 году представляет недельный вело-конно-водный маршрут «Чемал. Активная неделя». Агентами по продажам данного тура является турфирма «Система», а также московская фирма «СВ-Астур».

Стоит отметить, что по Горному Алтаю проводятся не только длительные велопутешествия, но и короткие велоэкскурсии. Данное направление разрабатывается туристской компанией г. Новосибирска «Туракадемия». Фирма предлагает три велосипедных экскурсии: [«Зубы Дракона»](#), [«Наскальные рисунки неолита»](#), [«Озеро Сарлык»](#). Местом начала всех маршрутов является туркемпинг «Среда Обитания», который находится в Чемальском районе.

Можно отметить, что велотуризм в Алтайском регионе представлен, прежде всего, турами по Горному Алтаю. Все рассмотренные маршруты предполагают доставку из Барнаула или Новосибирска до начальной точки маршрута. Большинство туров комбинированные, т.е. кроме велосипедной части включают сплав или конные поездки. В зависимости от нитки маршрута и сложности многие туры требуют хорошей физической подготовки или опыта участия в подобных походах. Есть туры, рассчитанные и на неопытных туристов.

Туров по Алтайскому краю среди предложений туроператоров не представлено. Однако, Алтайский край имеет значительный потенциал для развития данного направления, что подтверждают и данные проведенного нами опроса туроператоров в г. Барнауле.

В последнее время наблюдается повышенный интерес со стороны туристов к району Горной Колывани ввиду наличия рекреационных, познавательных и культурно-исторических ресурсов. Колывань привлекает и любителей велосипедного туризма. Как правило, велопробеги по этим местам характеризуются 1-2 категорией сложности и являются частью более сложных маршрутов с выходом в Чарышский район и далее в Горный Алтай.

В связи с перспективностью данного района, в настоящее время ведется разработка спортивно-оздоровительного познавательного велотура по Горной Колывани для активной молодежи в возрасте 18-30 лет. Данный маршрут пройдет по наиболее интересным местам Горной Колывани, предоставляя возможность осмотреть как природные достопримечательности района: озеро Колыванское, озеро Белое, озеро Моховое, гору Синюха, так и познакомиться с региональной историей, посещая такие пункты как п. Колывань, г. Змеиногорск, с. Курья.

Список литературы:

1. Туристский терминологический словарь : справоч.-метод. пособие / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. – М. : Советский спорт, 1999. – 664 с.
2. Велосипедный туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org>. – Загл. с экрана.
3. Что такое спортивный велотуризм? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.veloturist.ru/master/master.html?id=1>. – Загл. с экрана.
4. О велотуризме [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.velopiter.spb.ru>. – Загл. с экрана.
5. Активные туры на Алтае [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://welcomesiberia.ru>. – Загл. с экрана.
6. Катунскими тропами. Велосипедный тур [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://robintour.ru>. – Загл. с экрана.
7. Комбинированные маршруты. Чемал. Активная неделя [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.avtotour.ru/tours>. – Загл. с экрана.

ТЕХНОЛОГИЯ ВЕДЕНИЯ СЕМЕЙНОГО БЮДЖЕТА

Шаховалова – к.п.н., доцент, Старкова Е.И. - студентка
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

В народе говорят: «Безумно тратить деньги – дело нехитрое. А вот израсходовать их на то, что вам необходимо именно сегодня, и с наибольшей пользой для себя – наука непростая, требующая вдумчивости, волевого характера и определенных знаний».

В настоящее время, домашние хозяйства выступают одним из важных субъектов экономической деятельности, от результатов которой зависит не только благосостояние отдельной хозяйственной единицы, но и всего населения страны в целом. Став крупнейшим субъектом экономики наряду с коммерческими предприятиями и государством, домашние хозяйства участвуют во всех макрорегулирующих процессах. И от того, насколько правильно, рационально и умело будут организованы процессы, происходящие в домашней среде, насколько эффективно и функционально они будут протекать, будет зависеть счастье семьи, состояние общества и государства в целом. Ни для кого не секрет, что счастье человека формируется в гармоничной, эстетически-комфортной, психологически-благоприятной атмосфере Дома. В процессе формирования благоприятной атмосферы домашней среды (особенно сейчас в условиях современного экономического кризиса) существенную роль играют финансы домашних хозяйств.

Бюджетирование (разработка финансовых планов) сегодня — очень модное направление. Бюджетированием занимаются и крупные холдинги, и небольшие предприятия, и должны заниматься все современные семьи. Та семья, которая будет ответственно

подходить к ведению своего бюджета, обретет психологическое спокойствие и уверенность в будущем, а это в свою очередь будет иметь социально-ценный результат для общества и государства в целом.

Существуют разные способы управления домашним бюджетом, индивидуальные для каждой отдельной семьи. Мы предлагаем следующий алгоритм бюджетирования в домашних хозяйствах:

1. Сначала необходимо составить список доходов в месяц всех членов семьи. Доходы должны включать как стабильную (регулярную, постоянную), так и мобильную (не регулярную, ситуативную) части.

2. Затем сложить все полученные доходы. Полученное число будет составлять доходную статью бюджета.

3. Следующим действием нужно составить предварительную расходную сметы, учитывая все постоянные обязательные расходы (плата по счетам, плата за детский сад или за обучение, погашение кредита, транспортные расходы и т.д.), сумма которых примерно одинакова на протяжении всего года (при этом необходимо брать во внимание уровень инфляции в стране), периодические (обязательные и необязательные (драгоценности и прочее)) траты, размер которых можно оценить приблизительно, например расходы на отпуск, одежду и т.п.

Обязательно в статью расходов необходимо включить статью «НЗ» (неприкосновенный запас в среднем 20% от доходной статьи бюджета), с первого раза при планировании трудно определить правильную стратегию в распределении расходов по отдельным статьям бюджета, поэтому желательно некоторую сумму оставлять на «непредвиденные расходы» (должны составлять примерно 5% от доходной статьи бюджета). Как уже было отмечено ранее, при составлении расходной статьи необходимо учитывать потребности всех членов семьи. При планировании необходимо расставлять приоритеты, т.е. на что необходимо обязательно, в первую очередь потратить деньги, на что во вторую, а от чего вообще следует отказаться.

4. После составления списка необходимо суммировать все расходы, тем самым определяя расходную статью бюджета.

5. Затем следует сравнить доходную и расходную статью бюджета. Это позволит определить дальнейшую стратегию управления семейным бюджетом. В идеале доходная и расходная части должны быть равны. Это является свидетельством разумного подхода к планированию семейного бюджета. Что же делают семьи, если расходная часть бюджета превышает доходную? На этот случай существуют следующие стратегии управления семейным бюджетом:

- стратегия увеличения доходов - семья пытается увеличить доходную часть бюджета любыми способами, чтобы привести ее в баланс с расходной;

- стратегия уменьшения расходов - семья уменьшает статьи расходов бюджета, что приводит к соответствию их доходам семьи;

- стратегия самообеспечения и самообслуживания - заключается в переходе семьи к нормам натурального хозяйства, развитию личного подсобного хозяйства. При этом семья как бы самообеспечивает себя сельскохозяйственными продуктами и доля расходов на питание, следовательно, сокращается.

Если доходы больше чем расходы, т.е. если удастся израсходовать меньше планового значения, то образуется "прибыль" или "свободный остаток" средств. Эти "лишние" деньги можно использовать по своему усмотрению, например, истратить на личные нужды членов семьи в данном месяце, добавить в какую-нибудь расходную статью при составлении бюджета на следующий месяц, занести в "непредвиденные расходы", либо отложить в «НЗ».

Семья, попав в ситуацию несоответствия доходов и расходов, должна сама сопоставить все "за" и "против" и выбрать наиболее приемлемую для нее стратегию. безусловно, в такую ситуацию лучше не попадать и вести свой семейный бюджет так, чтобы доходы превышали расходную часть бюджета. Для этого необходимо освоить технику учета, планирования и

анализа семейных доходов и расходов.

6. Следующий важнейший шаг менеджмента домашнего хозяйства - организация выполнения составленных планов. Первые результаты реализации будут неутешительными, но это и неудивительно. Трудно ожидать, что без предшествующего опыта составленный план в ходе его реализации окажется оптимальным. С приобретением - опыта ошибок будет меньше.

7. Контроль за выполнением плана.

8. В конце дня, недели, месяца, года должен подводиться окончательный итог. Для этого необходимо уточнить расход по каждой группе, рассчитать его долю в общих расходах, определить возможность и величину накоплений, проанализировать ошибки. [1,2]

Овладеть техникой управления домашним хозяйством не так уж легко, но нужно стремиться к ее познанию. Существует несколько методов управления домашним бюджетом (ведение книги учета, компьютерные программы и др.), среди которых семья должна выбрать наиболее подходящий оптимальный для себя. Какой бы способ ведения бюджета семья не выбрала, следование нижеприведенным принципам окажет помощь каждому:

1. Жить следует по средствам, необходимо стремиться тратить, денег меньше, чем зарабатывать, а зарабатывать больше, чем тратить.

2. Учиться умело, распределять свои средства от одного прихода средств до другого необходимо с детства. Доказано, что у благополучных в смысле денежных трат родителей такими же оказываются и дети.

3. Планируйте доходы и расходы, ведите учет, тогда вы будете управлять своими финансами, а не они вами.

4. Записи необходимо вести каждый день. Статьи расходов согласовывать с каждым членом семьи. Не нужно забывать фиксировать в финансовой книге сделанные покупки сразу же (иначе через несколько часов о них можно забыть). Если в какой-то день одну из граф не нужно заполнять, то необходимо поставить в ней прочерк.

5. Имеющиеся средства, должны быть разделены на части. Одна часть, самая ближняя, покрывает текущие расходы на жизнь. Оставшиеся средства должны быть отделены от нее (например, находиться на счете в банке). Как отделены, и стоит ли их разбивать на следующие группы — зависит от конкретной ситуации.

6. В книгу учета в обязательном порядке следует ввести статью «НЗ» или по-другому инвестирование в будущее. Многие совершают следующую ошибку - сначала оплачивают все текущие расходы, а то, что остается к концу месяца, что, как правило, составляет незначительную часть, пытаются сохранить на будущее и инвестировать. Правило "заплати сначала себе" подразумевает, что часть денег на инвестиции выделяется сразу после получения дохода и до оплаты расходов. Вы можете определить, что вы всегда определенную часть (например, 10%) любого дохода будете выделять для инвестирования".

Алгоритм, который необходимо соблюдать, для «нахождения» денег в бюджете:

-проанализируйте свою текущую финансовую ситуацию;

- определите, какую сумму вы готовы выделять для инвестирования;

-всегда используйте правило "заплати сначала себе";

-возьмите за правило выделять на инвестирование 10% любого полученного дохода (по данным опроса декамиллионеров, они ежемесячно выделяют 20% дохода на инвестирование).

7. Установите первоочередные семейные нужды. Определить степень необходимости того или иного предмета поможет принцип Робинзона. Суть его заключается в следующем: намечая покупку, взвешивают все «за» и «против», для чего лист бумаги делят пополам и записывают на нем весомые доводы как в пользу предполагаемой, покупки, так и против нее. Желательно также или наметить пути достижения поставленной цели. Таким образом, можно распланировать все крупные покупки и ориентировочно наметить даты их совершения. В результате будет подготовлен окончательный список покупок.

8. Следует помнить, что так называемые мелкие расходы (мелочи) приводят на самом деле к большим потерям в семейном бюджете.

9. Если есть желание собрать средства, следует просто зафиксировать расходы. Как это можно сделать? Например, стоит выбрать период и сумму поступления средств в непосредственное распоряжение и позволить этому работать за вас. Устанавливается месячная сумма расхода. Затем она делится на 4 части, по числу недель, и каждый понедельник дома, то есть «близко», появлялась именно эта сумма. Остальная же сумма денег не должна находиться под рукой, следует, например, хранить ее на счете в банке.

10. В конце каждого дня, недели, месяца следует подводить общий итог расходов, подчеркивая итоговую цифру.

11. Подсчитывайте месячное сальдо, т.е. разницу между приходом и расходом. Если приход больше расхода – активное сальдо. Превышение прихода над расходом (пассивное сальдо) может объясняться двумя причинами: растрчено больше, чем следует, или записи в книге велись неточно.[3,4]

К этим принципам хорошие хозяева, наверняка, добавят и свои собственные, рожденные житейским опытом.

Овладеть техникой управления домашним хозяйством не так уж легко, но нужно стремиться к ее познанию. Следует отметить, что при бюджетировании придется столкнуться со многими трудностями. Тем не менее, это не снижает важности осуществления контроля, поскольку это позволяет поддерживать финансовую дисциплину, психологически-комфортную атмосферу в семье, что важно для общества и государства в целом.

Список литературы:

1. Белозёров С.А. Финансы домашнего хозяйства: сущность и структура/ С.А. Белозеров. - СПб: Изд. дом «Мирь», 2005. - 452с.

2. Резник С.Д. Управление семейной экономикой. Азбука семьи: от А до Я/ С.Д. Резник.-М., 2003. - 439 с.

3. Учет и планирование. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.shoppingood.ru/uchet.html>. - Загл. с экрана.

4. Семейный бюджет по-научному. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://encgosupr.ru/266/>. - Загл. с экрана.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Шаховалова Е. Г. – к. п. н. доцент, Чудова О. С. – студент
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

По данным цивилизованных стран, семейные предприятия составляют значительную, если не большую экономически активную часть малых предприятий в целом, а успешных малых предприятий - в особенности.

Западные исследователи установили, что примерно 68 % малых предприятий составляют семейные предприятия. До октябрьского переворота 1917 г. в России действовало немалое число семейных и фамильных предприятий, особенно в торговом деле. От этого варианта общество отказалось после НЭПа в 20-х годах XX века, отдав предпочтение государственным предприятиям, в том числе гигантам, среди которых были и предприятия-монополисты [3].

С началом радикальных социально-экономических реформ 90-х годов XX века, на основе признания частной собственности, отношение к малому бизнесу, в том числе и к семейному, стало положительным.

Взяв курс на восстановление частного семейного бизнеса. В условиях утраты исторических традиций переориентация на новую основу хозяйственной деятельности происходила с большими трудностями. Эту слабость общественной практики призвано хоть как-то компенсировать теоретическое познание семейного бизнеса с выработкой рекомендаций для общества по стимулированию немонополистического, не крупного производства товаров и оказания услуг.

В то же время производственные потенциальные возможности и стремление к созданию малых предприятий у семьи как социально-экономической системы сохранились. Однако их приходится осмысливать заново.

С давних пор в России существуют семейные традиции, благодаря которым, из поколения в поколение передаются секреты профессионального мастерства, капитал, накопленный годами, и жизненный опыт. Соборность, доверие, взаимоуважение и гордость за свою фамилию, - вот основные признаки российского семейного бизнеса, который вместе с развитием рыночных отношений вышел на новый уровень качества в нашей стране.

В настоящее время семейный бизнес в России переживает новый «бум» развития. Это связано с тем, что большинство так называемых семейных компаний, т.е. юридических лиц, владельцами которых выступают родственники, являются субъектами малого предпринимательства. Малый бизнес, как свидетельствует мировой опыт, играет особую роль в развитии рыночной экономики. Становление малого предпринимательства в современной России является необходимым условием решения комплекса сложнейших социально-экономических проблем, вовлечения в предпринимательский сектор значительной части незанятого населения, переориентации кредитной и налоговой политики на стимулирование развития производства, переход к инновационному типу экономического развития.

О значительном потенциале малого бизнеса свидетельствует тот факт, что за годы реформ - с конца 80-х до середины 90-х гг. XX в. - это был самый быстрорастущий сектор экономики, причем формирование его происходило в сложнейших условиях.

Сегодня российский семейный бизнес, занимающий особую нишу на конкурентном рынке, привлекателен возможностью существовать без реструктуризации и расширения, а так же согласованностью финансовой политики с рискованной стратегией. Реинвестирование - единственная возможность для расширения семейного бизнеса, который не желает выпускать новые акции или увеличивать долги. Для многих семей это означает необходимость не расплывать и тратить средства, а уделять внимание своей основной деятельности. Такого рода предприятия ориентированы на особую культуру ведения бизнеса и такие количественные показатели как рост компании и получение прибыли. [5].

Семейные предприятия, несомненно, приносят еще и неэкономические выгоды: уважаемое положение в обществе, гордость и чувство принадлежности к семейным традициям. Также это и возможность для одних членов семьи работать в бизнесе, а для других - добиваться своих целей с опорой на этот бизнес. Большинство владельцев семейного бизнеса стараются передавать свое дело детям или родственникам, стараясь всячески мотивировать их для этого: проводят семейные собрания, вместе отдыхают, решают все вопросы компании вместе в формальной и неформальной обстановке. Они считают, что именно на таких встречах молодое поколение может понять важность семейного бизнеса. [4].

Следует так же отметить, что все организационно-правовые формы российского семейного бизнеса являются привлекательными именно для добросовестных участников оборота, которые готовы вести предпринимательскую деятельность, рискуя всем своим имуществом. Для того, чтобы данные формы получили более широкое распространение необходимо предоставление субъектам семейного бизнеса определенных льгот, в частности, в области налоговых и кредитных отношений.

Решившись на семейный бизнес, необходимо заранее обдумать возможные трудности и попытаться максимально их исключить. Следует разработать для себя и своих

родственников-коллег технологию организации семейного бизнеса, приняв какое-либо решение единогласно.

Первым делом при организации предприятия оформляются уставные документы. В зависимости от совместно принятого решения относительно прав, обязанностей и роли каждого из членов семьи в данном деле, необходимо в уставных документах прописать учредителей и их долю в уставном капитале. Это предотвратит конфликт в случае отрицательного исхода организованного дела при разделе имущества.

Закрепив за каждым из членов семьи какую-либо оговоренную должность, необходимо составить должностные инструкции для каждой штатной единицы, в которых обязательно должны быть зафиксированы круг вопросов и задач, обязанности и ответственность, соответствующие каждой должности. Должностные инструкции помогают систематизировать трудовые ресурсы, рационализировать трудовой процесс. Помимо этого должна быть четко определена вертикаль управления, чтобы никто из родственников не брал на себя лишних полномочий, делая неуместные замечания другим сотрудникам, поскольку подобные явления вызывают негодование в коллективе и разлагают трудовую дисциплину [2].

Обязательно необходимо очертить и прописать, например, в протокольном решении заседания учредителей круг вопросов для совместного семейного обсуждения. На семейный совет должны выноситься все вопросы, которые касаются финансовой стороны не только предприятия, но и семейного бюджета (расширение бизнеса, увеличение уставного капитала, пополнение оборотных средств, кредитование, инвестирование, участие в тендерах и пр.).

Во внутреннем положении необходимо прописать график работы и стараться придерживаться определенного режима работы. Очень часто именно по причине отсутствия в кругу семьи и постоянной занятости на работе происходит распад семей и конфликтные ситуации в бизнесе. Обязательно необходимо одинаково справедливое отношение абсолютно ко всем сотрудникам независимо от родственных связей.

Если бизнес приобрел более глобальные масштабы, и его трудно контролировать прежними силами, целесообразно, отойти от дел и работы исполнителя, поставив на свое место проявившего себя в профессиональном плане родственника, а самому уделить больше времени и внимания семье.

Очень важным моментом является привлечение в бизнес детей. Во избежание конфликтов личностей и принципов бизнеса необходимо руководствоваться в первую очередь интересами ребенка. Ни в коем случае идея семейного бизнеса не должна быть навязана. Ребенок должен сам прийти к тому, чтобы заниматься не просто бизнесом, а бизнесом, основанным его родителями. Причем заинтересовывать нюансами предпринимательства необходимо, начиная со средней школы, и не отказывать в удовлетворении любопытства относительно теории, практики и технологии развития бизнеса в целом. Возможно, именно ребенок превратит начатое маленькое дело в международный и признанный бизнес [1].

В настоящее время одной из самых перспективных форм ведения семейного бизнеса является организация так называемых семейных ресторанов и ресторанов быстрого обслуживания. Анализ публикаций по ресторанному бизнесу, проведенный нами, показывает актуальность этих видов ресторанных услуг. Кроме того в связи с развитием малых семейных предприятий в гостиничном бизнесе и значительной активностью туристского бизнеса, быстрое обслуживание, во-первых, перспективно на рынке услуг, во-вторых, наиболее подходит для сферы семейного ресторанного бизнеса [5].

К примеру, семейный бизнес для итальянских рестораторов - обычное дело. Вовлекая в дело своих родственников, они получают различные налоговые льготы. В то время как член семьи получает такую же зарплату, как любой сотрудник по найму, издержки предприятия сокращаются.

В России подобных льгот нет. Мало пока и семейных ресторанов в их классическом виде. Но перспективы у заведений подобного рода значительны: с развитием этого сегмента

рынка они могут стать сферой занятости и источником дохода для многих семей. Кроме того, такое распространенное явление, как воровство в ресторане, может стать стимулом для привлечения к управлению рестораном родственников, то есть тех людей, кому ресторатор может доверять.

Марцианно Палли - известный итальянский шеф-повар и ресторатор уверен, что семейный ресторан может успешно работать в любой ценовой нише. Более того, по его мнению, именно эта концепция - концепция классического семейного ресторана, где владельцы бизнеса работают в заведении, которое им принадлежит - будет превалировать на ресторанном рынке в России, как и во всем мире. Развитие семейных ресторанов Марцианно Палли считает перспективным по разным причинам. В том числе и потому, что семейный ресторан представляется наиболее выгодным для построения бизнеса в новом «немассовом» обществе, к которому движется мир.

Таким образом, в современной России семейные предприятия – дело перспективное и многогранное. Для его успешного развития требуются квалифицированные, проверенные на практике рекомендации.

Энергия и инициатива, предприимчивость и трудолюбие, терпение и решимость идти на риск и, несомненно, благоприятный климат в семье для решения производственных задач - вот те «киты», на которых держится семейный бизнес, по мнению самих его участников.

Динамизм, развитие и диверсификация форм семейного бизнеса дают основания предполагать, что в обозримом будущем этот сектор хозяйствования в нашей стране будет развиваться далее ускоренными темпами.

В ближайшее время и наша страна, учитывая обширный зарубежный опыт, пойдет по пути адаптации предприятий семейного бизнеса к сегодняшним экономическим условиям хозяйствования в России.

Сила и перспективность семейных вариантов малых предприятий заключается в том, что совместно работают люди, хорошо знающие друг друга, люди, доверяющие друг другу, ответственные в отношении взятых обязательств; работников связывают не только экономические интересы и условия труда, но и общие семейные цели, забота об общем благе, здоровье, счастье, будущем детей.

Перспективность сектора семейного предпринимательства в современной экономике не следует рассматривать как очередную кампанию в системе антикризисных мер (хотя это не исключается). Но главное, что такое направление должно стать долговременным, естественным образом обеспечивающим органическую связь всех звеньев экономики, воспроизводство рыночных отношений и процессов.

Именно малые предприятия, особенно в случае удовлетворительной разработки новой государственной политики в области семейного предпринимательства, могут стать основой рыночных структур во многих отраслях, обеспечить перелив инвестиций в сферы наиболее эффективного приложения ресурсов.

Использованная литература

1. Блинов, А.О. Помощь государства в развитии малого бизнеса в России/ А. О. Блинов М.-2001.
2. Лич П., Богод Т. Семейный бизнес. Опыт успешного ведения бизнеса, управляемого семьей. / Днепрпетровск.-2008.
3. Науменко Н. Семейный бизнес: проблема роста [электронный ресурс] www.vd.net.ua – заглавие с экрана.
4. Павлова В. Как организовать семейный бизнес [электронный ресурс] www.fabrikabiz.ru -заглавие с экрана.
5. Резник, С. Д. Управление семейной экономикой/ С. Д. Резник М.- 2005.

В последние годы экологический туризм становится одним из самых популярных видов туризма. По В.А. Квартальному, экологический туризм представляет собой посещение малонарушенных антропогенным воздействием природных территорий с соблюдением их экологической безопасности, включает все виды природно-ориентированных туров, таких как пешеходные, водные, конные, вело-экскурсии, различные виды природно-познавательных туров, объединяемых общим названием «экскурсии с натуралистом», международное волонтерское движение, нацеленное на реабилитацию деградированных природных территорий». Содержательность данного понятия определяет обширный круг исследовательских проблем, среди которых находится вопрос об исследовании ресурсной базы туристских районов экологического туризма, рассматриваемых в качестве перспективных объектов туристских посещений, в том числе и Кемеровской области.

На наш взгляд, в связи с бурным развитием различных технологий, сосредоточением значительной части населения в городах, всё чаще проявляется дефицит человека общения с природой. Поэтому потребность в экотуризме среди потенциальных туристов достаточно велика.

Природно-климатические, орографические, ландшафтные и культурно-исторические особенности Кемеровской области позволяют отнести её к региону с высоким рекреационным потенциалом для развития экологического туризма.

К наиболее перспективным туристско-рекреационным территориям Кемеровской области относятся: г. Таштагол – Таштагольский район Горной Шории, Гурьевский район, г. Междуреченск, г. Мариинск – Мариинский район, Тисульский район.

На территории Таштагольского района Горной Шории расположен Шорский государственный природный национальный парк площадью 338,3 тыс. га с уникальной первозданной флорой и фауной. В флоре парка 34 вида редких растений, в фауне - 50 видов редких млекопитающих, 149 птиц и 7 рыб. Здесь можно организовывать пешие, конные, водные экологические туристские маршруты.

На территории Горной Шории находятся уникальные памятники природы: скалы «Спасские дворцы», «Петушки», "Алгуйские тремолиты", "Пилы Тайжесу", "Каньон Скалистые горы", "Красный камень", "Гавриловские пещеры", урочище "Орлиная Гора", археологические комплексы р. Ур, "Каменные ворота", гранитные останцы гольца Мустаг, "Поднебесные зубья", пещерные комплексы верхнего течения р. Мрассу, Усинский карстовый район с известной пещерой "Памятная", с подземной рекой и озером и другими достопримечательностями.

Представляет интерес и Гурьевский район, природные ландшафты которого – это и сосновые боры с участками березовой лесостепи, и живописные скалы-останцы.

Неподалёку от города Междуреченска находится высшая точка Кузбасса, вечно белая снежная гора Амзас-таскыл (Верхний зуб). Данный район является экологически чистым, одним из наиболее посещаемых районов Кемеровской области, и вопрос о сохранении благоприятной экологической обстановки здесь достаточно актуален. В районе реки Верхняя Тайжесу под горой Верхний Зуб расположена станция экологов, на которой занимаются выращиванием Золотого Корня в лечебных целях.

В Мариинском районе имеются многочисленные природные, археологические, исторические и архитектурные памятники. Экологические тропы Арчекас и Кабедат, каменные березы с. Благовещенка поражают своей красотой и великолепием.

Тисульский район уникален по своим туристско-природным и экологическим объектам. На этой территории находится 17 природно-исторических мест, представляющих туристский интерес. К их числу относится р. Кия – с её белокаменным плесом — красивейшим уголком Кузбасса. В районе п. Тисуль находятся 8 уникальных геологических образований, в том числе два потухших вулкана – сопки Барабинский бухтай и Кондовый бухтай.

В ряду важных и интересных туристских объектов имеется озеро Большой Берчикуль. Это самое большое озеро Кузбасса с его сапропелевыми глинами. С точки зрения экологического туризма, озеро уникально тем, что находится в экологически здоровой зоне с большими возможностями для проведения научно-познавательных экскурсий, географически удобном месте для строительства баз размещения туристов.

Не менее важную ценность для экологического туризма представляют заповедник «Кузнецкий Алатау» с уникальными растительными сообществами и малыми ледниками, музей-заповедник под открытым небом «Томская писаница», памятник наскального искусства, а также многочисленные заказники. Далеко за пределами области известен «Кузедеевский липовый остров», который в настоящее время нуждается в особой экологической помощи из-за выбросов угольного производства расположенного неподалеку Осинниковского угольного разреза.

На сегодняшний день, администрацией Кемеровской области были сделаны определенные шаги к развитию экотуризма в регионе в рамках Среднесрочной региональной целевой программы «Развитие туризма в Кемеровской области» на 2007-2009 годы. Запланировано ежегодно организовывать туристско-экологический лагерь и международный молодежный туристско-творческий фестиваль «Зеленая планета». Также было запланировано строительство кафе на 60 мест на территории музея-заповедника «Томская Писаница» (Яшкинский район), реконструкция пешеходных мостов, устройство навесных мостов и переправ на туристическом комплексе «Поднебесные зубья» (г. Междуреченск), строительство бугельной канатной дороги и двух пассажирских парнокресельных канатных дорог (Таштагольский район). Осуществление этих проектов, несомненно, положительно повлияет на развитие экологического туризма в регионе. Однако, необходимо отметить, что для целостного и более эффективного развития экотуризма в области необходимы эколого-краеведческие исследования территории Кемеровской области для оценки её состояния, разработке регламентов, связанных с использованием памятников природы в туристско-рекреационных целях, а также научно-исследовательские работы по выявлению новых районов экологического туризма, разработке новых маршрутов экологических туров и организации на них научной туристской деятельности.

Список литературы:

1. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма: Учебник. – М., 2003. – 672 с.
2. Храбовченко В.А. Экологический туризм. – М., 2003. – 208 с.